

JAARVERSLAG 2021



VISÀVIS

INHOUD

Inleiding	3
1. Artistiek en prestaties	5
1.1 WILD inhoudelijk	5
1.2 Reflectie WILD	6
2. Artistieke uitwisseling en coaching	8
3. Programmering de Rode Haring	10
4. Thematiek WILD en duurzaamheid	11
5. Verbindingen	13
5.1 Verbinding met ons publiek	13
5.2 Verbinding met scholen	13
5.3 Verbinding met (publieke) organisaties	14
5.4 Verbinding met culturele organisaties	15
5.5 Verbinding met fondsen en sponsors	15
6. Plaats in het veld	16
7. Publieksaantallen, publieksonderzoek en marketing	18
7.1 Publieksonderzoek en publieksaantallen	18
7.2 Marketing	19
8. Diversiteit en Inclusie	20
9. Cultural Governance	21
9.1 Checks and balances	23
9.2 WNT en bezoldiging	23
9.3 ANBI status	23
10. Personeel, organisatie, scholing en fair practice/ trickle down	24
11. Toekomst	26
Bijlage: Net Promoter Score	

INLEIDING

Vele scenario's afwegend besloten we voor 2021, ondanks de uitbraak van het coronavirus, te gaan doen waar we goed in zijn: een grote buitenvoorstelling maken.

Een grootschalige buitenproductie bood de meeste werkgelegenheid voor ons team. We moesten echter een manier bedenken om toch voldoende publiek te kunnen ontvangen.

Dat betekende dat we ons buitentheater zijn gaan verdubbelen of zelfs verdrievoudigen. Met twee grote tribunes, een groter speelveld en een groter decor. Meer horecagelegenheid, meer toiletvoorzieningen, meer ruimte, acteurs, technici en vrijwilligers. Alles om 550 mensen per avond te kunnen ontvangen met inachtneming van 1,5 meter afstand.

Dit seizoen 2021, hebben we in coronatijd maar liefst 62 voorstellingen gespeeld en ruim 37.000 bezoekers mogen ontvangen, waarvan 30.754 bij WILD. Onze coronaproof publieksopstelling won zelfs een prijs voor meest innovatieve openluchttheater.

We kijken terug op een mooi jaar vol uitzonderlijke prestaties, waarin de grenzen van onze veerkracht op de proef werden gesteld en we deze in alle gelederen hebben gevoeld.

Naast het produceren en spelen van de voorstelling WILD, is dit jaar in samenwerking met stichting De Rode Haring het intieme huiskamer project Almere187 verder ontwikkeld, het Voedselmuseum op onze locatie geland en hebben we aanstormend talent Maya Link mogen ontvangen op onze locatie. Hieronder een overzicht van onze activiteiten:

WILD 2021	Aantal voorstellingen/ prestaties/workshops	Geannuleerde voorstellingen/ prestaties	Aantal bezoekers	Waarvan speciale voorstellingen aantal bezoekers
Voorstellingen WILD-2021 (waarvan 4 schoolvoorstellingen) capaciteit 720 corona verlaagd van 720 naar 550	62		30.754	
Waarvan 1655 leerlingen via schoolbezoek (inclusief 234 leerlingen bij avondvoorstellingen)				1655
Komt het Zien! - voorstelling voor publiek met audiovisuele beperking	1			559
Kidsproof - voorstelling met inhoudelijke inleiding speciaal voor kinderen	1			553
Aantal voorstellingen geannuleerd vanwege COVID-19 (waarvan 1 schoolvoorstelling)		10		
Aantal voorstellingen verplaatst vanwege blessures		2		
WILD 2021 Overige projecten				
Educatie projecten- schoolbezoek op locatie- workshops	18		450	
Voedselmuseum 'n Wilde Keuze (waaronder 22 workshops, 7 rondleidingen, 3 lezingen, 41 dagen geopend bij voorstellingen)	62		3634	
Gastoptredens 2021 bij WILD - Geannuleerd				
Muziekoptredens - Annulering vanwege COVID-19		26		
Theateracts - Annulering vanwege COVID-19		5		
Overige (culturele activiteiten i.s.m. De Rode Haring)				
Culturele programmering (Almere187)	10	3	512	
Culturele programmering (LINK & KO)	5		889	
Overige (culturele) activiteiten op locatie (verhuur)	7		1199	
Totaal aantal bezoeken (op locatie) van activiteiten in 2021	166	46	37438	2767

ARTISTIEK EN PRESTATIES

HOOFDSTUK 1.

1.1 WILD inhoudelijk

Van 16 juni tot en met 3 oktober 2021 heeft Vis à Vis de voorstelling WILD gespeeld.

WILD was een Specta-culinaire Comedy met een scherpe nasmaak. De voorstelling toonde de rauwe realiteit van onze op hol geslagen eetcultuur. Als publiek bezocht je het exclusieve 'Grand Restaurant Du Nord' dat voor deze avond was afgehuurd door een verveeld Jetset koppel dat zich tegoed deed aan zeer bedreigde diersoorten. Tevens werd een blik geworpen op de koortsachtige activiteiten in het domein van de Chef de Cuisine, waar perfectionisme en wrede verkwisting om de voorrang streden.

Vis à Vis bood met de voorstelling WILD een kijkje in de keuken van een chique restaurant waar bij voorkeur bedreigde diersoorten op het menu prijken, zolang de voorraad strekt. De rol van de mens in deze onbelichte schakel van de voedselketen was die van een barbaarse carnivoor. Opportunisme en vraatzucht gingen schuil achter het masker van gastronomie en goede tafelmanieren.

Als publiek zag je de voorstelling WILD ook letterlijk van twee kanten. Terwijl de ene helft van het publiek kant A bekeek kreeg de andere helft op tribune B simultaan een kijkje in de keuken. Na de pauze wisselde het publiek van tribune.

Cast

Marianne Seine | Marinus Vroom | Rutger Buiters | Gerold Guthman
| Erwin Dörr | Inez Almeida | Job Raaijmakers | Anne Katic | Kim Zeevalk

Creatives

Regie: Michael Helmerhorst, Dorien Folkers | Dramaturgie: Marijn van der Jagt | Script: Chris Mitchell
| Muziek Compositie: Robert van der Tol | Decorontwerp: Sarah Nixon, Juul Dekker | Kostuumontwerp:
Sarah Nixon, Juul Dekker, Ronald Schinkelshoek | Lichtontwerp: Henk Post



1.2 Reflectie WILD

Artistiek kijken we terug op een mooie, maar ook uitdagende productie waarvan we merken dat corona inhoudelijk veel voor ons bepaald heeft.

De keuze om een voorstelling te maken aan twee kanten kwam voort uit de ervaring van PICNIC (1990). Zodat er op 1,5 meter een grote capaciteit was, maar toch relatief dicht op het publiek gespeeld zou kunnen worden.

Het spelen aan twee kanten zoals we dat in PICNIC hadden ervaren werd een ander verhaal voor de coronaproof opstelling: de omvang en complexiteit van de voorstelling nam kwadratisch toe. Praktische keuzes hadden daardoor inhoudelijk veel impact. Twee tribunes van 40 meter breed vereiste dat er tevens een speelveld van 40 meter breed nodig was, met een decor dat over die breedte aan beide kanten werd vormgegeven. Het acteursteam werd vergroot tot 9 spelers. De regie moest de aandacht verdelen over twee kanten, om het verhaal vorm te geven. Daarbij kwam het gegeven dat er aan beide kanten een nieuwe stalen constructie voor een bouwbesluit bestendige overdekte tribune werd gebouwd (onbedaarlijk lawaai van heipalen, lassen, slijpschijven en machines) én het gegeven dat we in alleen maar gescheiden bubbels werkten; acteurs, decorploeg, productieploeg en kantoorteam werkten gescheiden. Dit om aan te geven welke impact de coronaproof opstelling had op de complexiteit van het project. Vervolgens moesten we het proces stopzetten voor uitstel van toestemming van spelen. Zo voelden we aan alle kanten dat dit keer het artistieke belang en de realisatie werd overschaduwde door al deze omstandigheden. Het vergde uiterste concentratie van eenieder om te kunnen focussen.

En toch hebben we geïnspireerd gewerkt aan WILD en is er een voorstelling ontstaan waar veel mensen van hebben genoten. Het thema, de actualiteit, werd zeer gewaardeerd. Het artistieke team was stevig met bewezen Vis à Vis kwaliteiten zoals Michael Helmerhorst, Dorien Folkers en Marijn van der Jagt. Maar er was ook nieuwe aanwas, zoals Sarah Nixon en Juul Dekker. Op spelgebied waren er nieuwe spelers als Erwin Dörr, Inez Almeida, Job Raaijmakers en Kim Zeevalk die op vernieuwende en eigen wijze de beeldende speelstijl van Vis à Vis op het podium brachten.

De keuze om een grootschalige buitenproductie op 1,5 meter te gaan maken, was er één met lef. Het bood de mogelijkheid alsnog te kunnen doen waar we goed in zijn en het bood de meeste werkgelegenheid voor ons team. Tegelijkertijd moesten we met deze grote investering aan reëel risicobeheer doen. Er is in 2021 besloten de productie op te delen in verschillende fases (zie afbeelding hieronder), waardoor we in tijden van onzekerheid ons team zoveel mogelijk duidelijkheid konden verschaffen.





We zijn ontzettend trots op wat we als Vis à Vis hebben bereikt maar zien dat het niet haalbaar is een WILD een tweede seizoen te spelen.

Door corona moesten we maatregelen treffen die de voorstelling inhoudelijk, gemeten aan onze hoge kwaliteitseisen, niet sterk genoeg maakte. Het script kwam later tot stand, het speelvlak was te breed, het repetitieproces werd onderbroken waardoor een tijdsprobleem ontstond. Het brede ondiepe speelvlak en de twee zijdes bracht op gebied van infrastructuur, muziek, script, spel en zichtlijnen, vele uitdagingen met zich mee.

Hoewel we, helemaal gezien de omstandigheden, trots zijn op wat we hebben bereikt en ook vele enthousiaste publiek reacties hebben ontvangen (gemiddeld voorstellingscijfer 7,3), voorzien we dat we geen tweede seizoen kunnen spelen. Dit heeft ook te maken met het doorverteleffect (Uitleg Net Promoter Score, zie hoofdstuk publieksonderzoek).

Kort samengevat zou je kunnen zeggen dat mensen een mooie voorstelling hebben gezien, maar dat die niet het doorverteleffect teweeg brengt dat we nodig hebben voor een tweede seizoen. De verwachting dat mensen actief doorvertellen of opnieuw de voorstelling komen bezoeken is te laag. In verband met de lagere mond-tot-mond reclame achten we het niet haalbaar om een tweede jaar voldoende publiek te bereiken voor WILD.

Enkele publieksreacties:

"Het stuk is ontzettend goed doordacht; het feit dat er eigenlijk één verhaal gaande is verdeeld over twee podia is geweldig. Gedurende de tweede helft krijg je zoveel "aha" momentjes. Geniaal!"

"Geweldige vondst om het publiek in tweeën op te delen en zo een 'coronamaatregelen-proof' voorstelling te maken. Op die manier mooi de absurditeit van ons consumptiegedrag, uitputten van de aarde en voedingskeuzes laten zien en dat dan van 2 kanten."

"Fascinerend hoe een maatschappelijk relevant thema tot uitdrukking wordt gebracht."

Inhoudelijk weten we wat we aan de voorstelling willen en kunnen verbeteren, maar dat zal een te groot financieel risico betekenen. Een tweede seizoen draait namelijk om het doorverteleffect uit het eerste seizoen. Als daar géén sprake van is, verwachten we lege tribunes en een financieel tekort.

Vis à Vis heeft over deze wijziging in de planning, gesprekken gevoerd met alle stakeholders, deze hebben allen aangegeven coulant te zijn omdat ze zien dat er door Vis à Vis een grote inzet is gepleegd. De gemeente Almere heeft Vis à Vis verzocht na te denken over een alternatief programma in de zomer, dit is inmiddels ook door de gemeente goedgekeurd. Het programma voor de zomer van 2022 heeft vorm gekregen met 5 weken extra voorstellingen van de 'winterproductie' Kringloop, de openingsvoorstelling van de Floriade, gastprogrammering en een Vis à Vis productie van Gerold Guthman.

ARTISTIEKE UITWISSELINGEN COACHING

HOOFDSTUK 2.

Ondanks een coronajaar heeft Vis à Vis in 2021 ook weer haar podium kunnen delen. De organisatie hiervan wordt gedaan door zusterstichting De Rode Haring. Het open zetten van onze deuren zorgt al jaren voor artistieke uitwisseling, inspiratie en samenwerking. De financiële verantwoording is terug te vinden in het jaarverslag van De Rode Haring.

Het contact met andere groepen begint vaak met een eerste kennismaking via een kleinschalig programma. Vervolgens blijkt er een klik te zijn die verder onderzocht wordt in programma of samenwerking. Op grotere schaal doen we dit onder de noemer Vis à Vis Ontvangt, hierbij nodigt Vis à Vis externe gezelschappen en productiehuzen uit om het openluchttheater van Vis à Vis te bespelen. Van 29 juli tot en met 6 augustus 2021 ontving Vis à Vis het gezelschap LINK & KO met hun voorstelling 'Als varkens konden vliegen'.

De voorstelling werd geregisseerd door onze eigen artistiek leider Marianne Seine. Maya Link, de oprichter van LINK & KO is een goede bekende van Vis à Vis vanaf het moment dat ze met haar band optrad tijdens onze Midzomernacht. Zo ontstond de bijzondere band tussen Vis à Vis en Maya, wat uiteindelijk resulteerde in deze creatieve samenwerking.

Met haar aanstekelijke spel en rauwe songs greep Maya Link je bij de kladden. Geflankeerd door een live band en met een drone als tegenspeler ging ze op zoek naar intimiteit anno nu. Rücksichtslos energiek, brutaal, grappig en ontroerend.

"Super leuk om te zien dat Vis à Vis meer ruimte maakt voor meer mooie makers. En daarmee het pallet van theater vergroot."

Na deze succesvolle samenwerking is Maya gevraagd om in 2022 mee te spelen met de voorstelling Kringloop, het Vis à Vis regiedebuut van Rutger Buiters.

Zoals gezegd leidt het uitnodigen van andere muziek- en theatergroepen op onze locatie tot inspiratie, kennisdeling en samenwerking. Muziektheatergroep BOT kwam in 2015 spelen als pilot, heeft in 2016 als gastgezelschap de locatie bespeeld, komt ook in 2022 weer op bezoek en gaat in 2024 samen met Vis à Vis de voorstelling HEELAL maken.

Dezelfde wederzijdse inspiratie geldt ook voor het organiseren van Almere187, de Almeerse storytellingavonden die georganiseerd worden door De Rode Haring. De bijzondere Almeerse verteller Tony Karam heeft hier op al meerdere avonden zijn verhalen en muziek gedeeld en is momenteel met FlevoLAB geselecteerd door het jonge makers traject. Ook wordt er momenteel onderzocht of verschillende vertellers van Almere187 gecoacht kunnen worden als host om zich te ontwikkelen in hun verteltalent.

Het stimuleren van (nieuw) talent binnen Vis à Vis vinden we van groot belang. Dat doen we in 2022 onder andere door Gerold Guthman een makerspodium te bieden. Gerold is één van de zeer beeldende spelers binnen ons gezelschap en heeft altijd al een grote rol in het ensceneren van scènes in onze zomerproducties. Gerold heeft de ambitie om zich verder te ontwikkelen als maker en we willen hem daar graag de ruimte voor geven. Samen met vier acrobatische en mime acteurs ontwikkelt hij de komende zomer zijn eigen productie, een beeldende voorstelling met slapstick elementen. De voorstelling zal naar verwachting plaatsvinden in de fabriek die Vis à Vis voor de Floriade opeing heeft gebouwd.

ALS VARKENS KONDEN VLIEGEN



PROGRAMMERING DE RODE HARING

HOOFDSTUK 3.

Zusterstichting de Rode Haring doet het gastvrije ontvangst op de locatie en faciliteert naast Vis à Vis ook (culturele) verhuur en bijzondere programmering.

In 2021 heeft de Rode Haring het project Almere187 verder ontwikkeld. Almere187 is een terugkerend storytelling programma waarbij er, in een reeks weekenden per jaar, Almeerders een persoonlijk en ontroerend verhaal vertellen. Als bezoeker geniet je van oprechte verhalen in de intieme setting van restaurant De Rode Haring op het terrein van Vis à Vis. Het bezoek aan Almere187 is inclusief een eenvoudige maaltijd.

Het project ontstond uit een interesse naar de 187 culturen die Almere rijk is. Welke verhalen zouden daar achter zitten? We nodigen elk najaar een aantal Almeerders uit om te komen vertellen. Samen met de storytellers van MEZRAB en oprichter Sahand ontvouwt zich een inspirerende middag of avond.

De verhalen ontstaan wanneer Sahand zijn eigen verhalen vanuit zijn leven gaat vertellen; dat roept veel op bij deelnemers. Organisch vertellen mensen hun eigen ervaringen. Ze leren hun herinneringen vanuit de kwaliteiten van Storytelling te vertellen. Sommige vertellers komen zelfs meerdere avonden met steeds een nieuw verhaal. De vertellers blijven betrokken bij elkaar door te komen luisteren op andere avonden. Zo groeit er binnen Almere187 steeds meer een community, ondanks alle onderbrekingen van de corona tijd. Gelijktijdig groeit de band met Almere en worden de Almeerders meer met elkaar verbonden. Hiermee sluit Vis à Vis aan bij de cultuurdoelstellingen van de gemeente Almere:

1. Cultuur is voor alle Almeerders dichtbij,
2. Cultuur krijgt de ruimte om te groeien.
3. Cultuur geeft vorm aan de identiteit van Almere.



THEMATIEK WILD EN DUURZAAMHEID

HOOFDSTUK 4.

2021 was voor ons ook een jaar om verder na te denken over duurzaamheid. Het onderwerp duurzaamheid in de culturele sector staat nog in de kinderschoenen, maar dat is voor Vis à Vis geen reden om het er maar bij te laten zitten. Juist nu is de tijd rijp om de volgende stap te zetten naar een toekomstbestendige bedrijfsvoering die past binnen een circulaire economie. Verduurzaming van onze organisatie bereidt ons voor op de toekomst.

Daarnaast kan het uiteindelijk leiden tot grote kostenbesparing. Het is de cultuursector die de potentie heeft om bewustwording te creëren bij het publiek en in onze omgeving. De duurzame oplossingen uit de cultuursector kunnen andere sectoren inspireren ook aan de slag te gaan.

Uit een grootschalig onderzoek van bureau 8080 is gebleken dat verduurzaming nog geen structureel karakter heeft binnen de meeste culturele organisaties. Er is geen beleid op dit gebied, er is niemand in het bijzonder verantwoordelijk en de voortgang wordt weinig gemonitord.

Vis à Vis is al jaren bezig met duurzaamheid en tegelijkertijd zien we dat we nog wat stappen te zetten hebben. Allereerst is veel van de thematiek van de voorstellingen gebaseerd op de manier hoe we als mens met deze wereld omgaan. We zijn al goed op weg door onze huisvesting in een energieneutraal gebouw, lokaal geproduceerde en biologische diners voor de bezoekers, een voorstelling over onze Foodprint en een voedselmuseum om de bewustwording te stimuleren. In 2022 willen we doorgaan met onderzoeken op welke punten we nog kunnen verbeteren en zo duurzaamheid bewuster integreren in de bedrijfsvoering.

Na een oriënterend gesprek met verschillende duurzaamheidsexperts willen we in 2022 een complete 0-meting laten doen en ons laten adviseren over hoe we een duurzaamheidsprogramma kunnen implementeren binnen onze organisatie die in lijn staat met de missie en visie van Vis à Vis.

Voedselmuseum 'n Wilde Keuze

De eerste versie van deze theatrale levende tentoonstelling vond plaats op het terrein van Vis à Vis. In het museum werden vier voedselwerelden gecreëerd. Robin Vroom (Master of Science in duurzame bedrijfsvoering en management aan ESCP Europe en een Bachelor in politicologie en milieuwetenschappen aan Leiden University), is de organisator van dit bijzondere project zij heeft in 2021 het voedselmuseum ontwikkeld op het terrein van Vis à Vis.

Hoe voeden we de wereld nu en in de toekomst op een manier die evenveel teruggeeft aan de aarde als dat ze neemt? Dit is de vraag waar Stichting 'n Wilde Keuze in 2021 mee aan de slag ging. Het resultaat was een prototype van het Voedselmuseum, een tentoonstelling over de veelzijdigheid van ons voedselsysteem. Met de uitvoering van het prototype in 2021 heeft 'n Wilde Keuze kunnen laten zien wat haar methode is en wat de mogelijkheden rond dit project zijn. De pop-up tentoonstelling heeft van 18 augustus tot 16 oktober 2021 publiek mogen ontvangen. Als zelfstandig project stond het Voedselmuseum op het terrein van theatergezelschap Vis à Vis, in Almere Poort. Thematisch was het voedselmuseum gekoppeld aan de voorstelling Wild. Het Voedselmuseum presenteerde vier voedselwerelden gebaseerd op onderzoek naar de vraagstukken die momenteel relevant zijn in het Nederlandse voedsellandschap; het aardehuis, het waterhuis, het verhalenhuis, en het medicijnhuis.

Als samenwerkingspartner voor het restaurant koos Vis à Vis voor de laurier. De laurier heeft als basis duurzaam, biologisch en energiezuinig koken. Dit wordt doorvertaald naar gerechten, producten en distributie. Vanuit deze gedachte is in 2021 het 'Wereld Polder Menu' gerealiseerd voor Vis à Vis. Gasten konden exotische gerechten bestellen die uitsluitend gemaakt waren met ingrediënten uit de

'N WILDE KEUZE



VERBINDINGEN

HOOFDSTUK 5.

Als theatergezelschap met een eigen podium leggen wij verbindingen met publiek, scholen, culturele instellingen en vele andere samenwerkingspartners. In dit hoofdstuk lichten we meer toe over deze verbindingen.

5.1 Verbindingen met ons publiek

In het contact met ons publiek is gastvrijheid voor ons zeer belangrijk. Dat klinkt misschien vanzelfsprekend, maar vraagt veel zorg en aandacht. Vanaf het moment dat mensen een kaartje kopen, de locatie betreden, tot een drankje bestellen aan de bar. We willen dat mensen zich vrij en thuis voelen.

Voor veel mensen is theater geen vanzelfsprekende activiteit: 'is het wel wat voor mij?', 'wat zijn de regels?'. Bij Vis à Vis doen we er alles aan om iedereen, theaterfanaat tot theaterbeginner, zich thuis te laten voelen en alle drempels weg te nemen. We weten dat mensen welkom heten of persoonlijke aandacht geven daarbij helpt. Voel je thuis bij Vis à Vis. We zijn dan ook trots te melden, dat de bezoekers de gastvrijheid dit jaar, ondanks de soms ongastvrij aanvoelende coronamaatregelen, beoordeelden met een 9.

"Dat het zo toegankelijk is (ik raad het echt iedereen aan) en toch ook maatschappelijk relevante onderwerpen aansnijdt. Daarnaast vind ik de voorstellingen van Vis à Vis altijd grappig, en het decor is een feest (spectaculair!)."

De geplande actievare rol voor het publiek in de voorstelling, heeft helaas geen doorgang kunnen vinden, door de corona maatregelen waren de plannen simpelweg niet uitvoerbaar.

5.2 Verbinding met scholen

Al jaren gaat Vis à Vis de verbinding aan met scholen door middel van schoolvoorstellingen en een daarbij horend educatief aanbod.

In 2021 was ons doel om de verbinding met het onderwijs intensiever te maken. Met zowel de docenten als de leerlingen. Met een sterk inhoudelijk en actief programma wilden we hen nieuwsgierig maken en zo de betrokkenheid vergroten. De brede aansluiting bij het curriculum geeft het onderwijs meer houvast voor het borgen van hun cultuuractiviteiten. Door het zelf uit te voeren met een professioneel docententeam, in een vorm die past bij Vis à Vis, hadden we meer grip op de uitvoering.



polder. Zoë Verloop van de Laurier ontving voor dit initiatief de Groene Speld vanuit Groen & Gezond. Als verdieping op het educatieaanbod hebben we de Take Over gelanceerd. In de Take Over verraste één van onze theaterdocenten de leerlingen door in character de klas in te komen en de les, die ze op dat moment hebben, te onderbreken. De leerlingen werden geprikkeld door interactieve opdrachten en werden uitgedaagd om na te denken over hun eigen standpunten met betrekking tot onze eetcultuur.

Wij hebben de uitvoerende theaterdocenten betrokken bij het ontwerpen van het concept van de Take Over door een brainstormmoment te organiseren een aantal weken voor het eerste schoolbezoek. In totaal hebben we de Take Over met twee theaterdocenten in 18 verschillende klassen uitgevoerd.

- Geëngageerd commentaar
- Verrassende beelden

Dit jaar werd al het aanbod online bij elkaar gebracht:

- Een lesbrief met alle informatie over het voorstellingsbezoek en het educatieve aanbod.
- Vijf Behind the scènes video's. Deze video's gaan over verschillende beroepen die bij Vis à Vis uitgevoerd worden. (Variërend van medewerker marketing tot kostuumontwerper.)
- De interactieve website: "Aan Tafel". Deze hebben wij speciaal laten ontwerpen voor de voorstelling WILD. De klas kan gezamenlijk een bezoek brengen aan de website en klassikaal een eet-test doen om erachter te komen welk eet-type zij zijn of zij kunnen de eet-test individueel uitvoeren.
- Een document met suggesties voor verwerkingsopdrachten die docenten vanuit verschillende vakken met hun leerlingen kunnen oppakken na het zien van de voorstelling.

5.3 Verbinding met (publieke) organisaties

Jaarlijks gaat Vis à Vis samenwerkingen aan met partijen om de voorstelling toegankelijk te maken voor bijvoorbeeld mensen met een kleine beurs, of een lichamelijke/verstandelijke handicap. Ondanks corona kunnen we met trots melden dat dit ook in 2021 heeft plaats gevonden.

Sinds 2017 jaar biedt Vis à Vis haar voorstellingen aan voor blinden en slechtzienden door in samenwerking met Stichting Komt het Zien, audiodescriptie aan te bieden tijdens een geselecteerde voorstelling, ook in 2021 werd hier op ingezet. We hebben flinke aanpassingen moeten doen om het mogelijk te maken, immers het was vanwege de coronamaatregelen, niet mogelijk om bijvoorbeeld de acteurs te 'voelen'. Toch was het weer een groot succes.

Ook werd er een driedaagse intensieve backstage stage verzorgd voor een jongen met meervoudige handicap vanuit de opleiding VMBO-TL in voorbereiding op ROC audiovisueel specialist.

De kinderen van Almere werden dit jaar bereikt via de vlogs van de Kleurkenners, een actieve groep kinderen die vanuit Stichting Kleur en Cultuur vlogs maken van culturele belevingen.

Vanwege de beperkte capaciteit en de grote druk op de inkomsten, zijn er dit jaar helaas geen acties voor minima ingezet.

5.4 Verbinding met culturele organisaties

Naast artistieke samenwerkingen gaat Vis à Vis ook verbindingen aan met andere culturele organisaties. Afgelopen jaar zijn we intensief bezig geweest met de Floriade en FlevoLAB.

Vis à Vis heeft de voorbereidingen getroffen voor de openingsact van de Floriade. Hierbij heeft Vis à Vis muziekensemble Black Pencil gevraagd de muziek te verzorgen. 206 kinderen van theater- en dansscholen uit Flevoland (Urk, Zeewolde, Dronten, Lelystad en Almere) verzorgen de dans.

Sinds 2020 zit Vis à Vis in het Flevolandse samenwerkingsverband FlevoLAB. FlevoLAB is ontstaan vanuit een verbond van vijf landelijk opererende cultuurstellingen in Flevoland, bestaande uit 2turvenhoog, BonteHond, Suburbia, Vis à Vis en StrandLAB Almere. Door samen te werken onder één noemer en samen te bouwen aan een sterk merk draagt FlevoLAB bij aan het op de kaart zetten én het verbinden van cultuur in Flevoland tot een sterk en dynamisch cultureel ecosysteem.

FlevoLAB kreeg in december 2020 goedkeuring van het ministerie van OCW voor deze impuls in de provincie. De plannen krijgen de komende vier jaar vorm in vijf hoofdactiviteiten:

1. Werkplaats nieuwe makers
2. Werkplaats zakelijk leiders
3. Co-creatie op locatie (verhalen voor en met nieuw publiek)
4. Kennisprogramma/meet-ups
5. Tour partners Flevoland

Vis à Vis & Rode Haring gaan zich in samenwerking met Suburbia ontfemen over co-creatie op locatie, ook wel verhalen voor en met nieuw publiek. Verhalen delen is van alle tijden en het laatste woord is hier letterlijk nog niet verteld. Door verhalen voor en met Flevolandse, stimuleren we sociale ontmoeting tussen bewoners bouwen we mee aan de Flevolandse vertelcultuur.



5.5 Verbinding met fondsen en sponsors

Samenwerkingen met het bedrijfsleven zien we ook als een belangrijke manier om een breed en uiteenlopend publiek aan te spreken.

De sponsors uit het Almeerse bedrijfsleven zoals Amvest, BUN en Voiceworks hebben we afgelopen jaar weer meer aan ons kunnen binden. Er bleek een grote compassie vanuit deze hoek en een grote bereidheid om mee te denken voor wat betreft de wederprestaties zoals benoemd in de sponsorcontracten.

Uiteindelijk bleek het in tegenstelling tot 2020 toch mogelijk om kleine uitjes of individuele bezoeken te organiseren voor de bedrijven. Elke organisatie had een eigen wijze om hier mee om te gaan, vanwege de maatregelen die per organisatie waren afgesproken. We waren blij toch weer een aantal medewerkers van de organisaties op onze tribunes te verwelkomen.

Via het Blockbusterfonds en daarmee de Vriendenloterij, mochten we 2344 vrijkaarten weggeven tegen € 2,50 administratiekosten per bestelling. Binnen enkele uren waren alle kaarten uitgegeven en konden we weer een heel nieuw publiek verwelkomen op onze tribunes.

Het Kickstart Cultuurfonds ondersteunde instellingen die door coronamaatregelen aanpassingen moesten doen en ondersteunde Vis à Vis zodoende met de bouw van de extra tribune.

PLAATS IN HET VELD

HOOFDSTUK 6.

Jaarlijks brengen we door middel van een SWOT analyse in kaart welke krachten en uitdagingen we ervaren.

Strengths

- Uniek in vorm en schaal van theater maken;
- Buitentheater en eigen locatie bieden letterlijk ruimte en lucht in coronatijd;
- De opgedane kennis en ervaring van theatermaken/publiek ontvangen in coronatijd kunnen we meenemen naar 2022;
- Trouwe achterban met brede spreiding over Nederland en in leeftijd;
- Eigen locatie en kaartverkoop, hoge mate van onafhankelijkheid en controle/kennis over de keten;
- Lange bestaansgeschiedenis, sinds 1990. Bewezen succes;
- Team heeft de capaciteiten om samenwerkingen te onderhouden en draagvlak te creëren met en onder publieke en private partijen op lokaal, regionaal en landelijk niveau;
- Een uitje voor het hele gezin (grote kinderen, ouders, grootouders);
- Theatergroep die de werkplaats naast het speelveld heeft staan, waardoor de lijnen kort zijn;
- Totaalontvangst van eten, drinken, voorstelling, livemuziek, vuren op locatie, vol creaties.

Weaknesses

- Vis à Vis heeft minder publiekscapaciteit in de winter;
- Doordat Vis à Vis buitentheater maakt, is zij weersafhankelijk;
- Grootschalige theatervoorstellingen, maar het budget is relatief klein;
- Door hoge mate van zelfstandigheid, is er ook een hoge mate van risico's. Veel marktrisico's komen voor 100% bij Vis à Vis;
- Trouw publiek, maar er is een grote inzet nodig om nieuw publiek aan te trekken: je moet Vis à Vis gezien hebben om te begrijpen wat het is.

Threats

- De gevolgen van het coronavirus (beperkende maatregelen, consumentenvertrouwen, economische recessie, geen groepsuitjes);
- De zorgelijke ontwikkelingen binnen het subsidielandschap;
- Men gaat zijn vrije tijd op een andere manier besteden (bijvoorbeeld Netflix); en zeker na COVID-19 heerst de onzekerheid of het publiek terugkeert in de theaters na een zo langdurig veranderd patroon.
- Bij het zoeken van partners in het beeldende theater, blijkt er een kleine groep visueel en humorvol beeldend theater te maken;
- Grote personeelstekorten, onder andere in de culturele sector;

Opportunity's

- Publiek: De manier van uitgaan, die we bij Vis à Vis hoog in het vaandel hebben staan; een geheel verzorgde avond uit, op een originele plek met festival sferen, is geliefd.
- Bereik: De steeds grotere bekendheid en het opgepikt worden door landelijke platforms neemt een verdere vlucht waardoor meer publiek/financiering bereikt kan worden;
- Horeca: Het biologisch/duurzaam/lokaal eten in een energieneutraal restaurant is populair; Huiscateraar Zoë Verloop won met haar inspanning de Groene Speld van de Gemeente Almere.
- Gebiedsontwikkeling: Er zijn budgetten vrijgemaakt door gemeente en provincie om Flevoland/Almere/Kustzone Poort te ontwikkelen.
- Aanbod: Publiek is steeds meer op zoek naar ervaringen op bijzondere plekken. Door de ontwikkeling van de locatie kan er een winterproductie of gastgezelschap spelen.
- Buiten: In tijden van corona zijn buitenactiviteiten populairder dan activiteiten binnen.

WILD



PUBLIEKSAANTALLEN, PUBLIEKSONDERZOEK EN MARKETING

HOOFDSTUK 7.

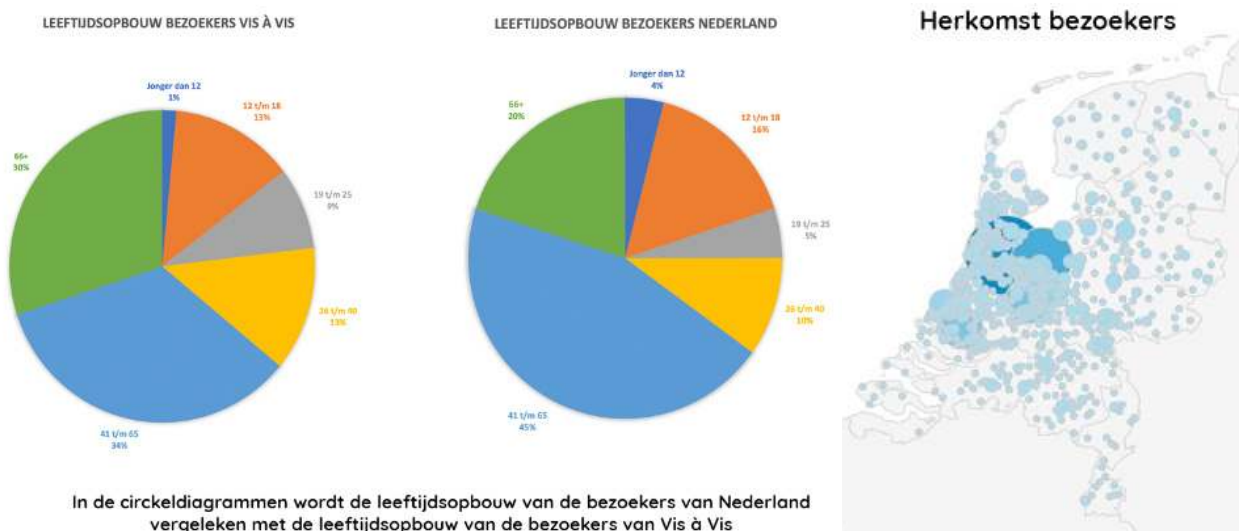
7.1 Publieksonderzoek en publieksaantallen

Vis à Vis stond dit jaar voor de grote uitdaging om in Corona tijd 30.000 bezoekers te ontvangen, met een zeer hoog bezettingspercentage. Terugkijkend kunnen we zeggen, dat we hier in geslaagd zijn. Met ruim 30.754 bezoekers en een capaciteit van 550 in plaats van de gebruikelijke 720 per avond, is het maximaal mogelijke binnen de omstandigheden bereikt.

Eén van de redenen waarom dit achteraf gezien gelukt is, is dat we ondanks de onzekere omstandigheden, reeds in februari zijn gestart met de voorverkoop. Een doorlooptijd die we altijd hanteren, maar die nu ook zeker onderdeel is geweest van het succes.

Het publieksonderzoek is weer grondig aangepakt. Ruim 1000 respondenten vulden de enquête in. Hieruit hebben we onder andere gelezen, dat het publiek heel erg blij was dat we er waren afgelopen zomer, maar dat ze minder dan gehoopt, bereid waren om de voorstelling aan te raden aan vrienden, bekenden of collega's. De Netpromotor score die in een cijfer van -100 tot +100 uitdrukking heeft aan deze bereidheid tot aanraden, daalde dan ook van +77 naar +29,5. Dit heeft ons er mede toe doen besluiten om in 2022 WILD niet in reprise te brengen (zie bijlage voor verdere uitleg NPS).

We zien de verdeling man/ vrouw onder de bezoekers steeds gelijkjer worden. 47% van de bezoekers gaven aan man te zijn en 53% vrouw.



7.2 Marketing

Op gebied van marketing, bewogen we ons al steeds meer richting puur online campagnes, en dit jaar heeft hier wederom een versnelling in gebracht, immers als mensen nauwelijks buiten komen, hebben outdoor campagnes weinig zin. Toen hier vanwege de coronaversoepelingen verandering in kwam, zijn we alsnog een outdoor campagne gestart. Verder hebben we met name middelen ingezet waar we goede ervaring mee hebben, zoals nieuwsbrief, paid en organic social media campagnes en retargeting. Dit zijn middelen om het juiste publiek, op het juiste moment, met de juiste boodschap te bereiken.

De toon van onze communicatie hebben we aangepast op het huidige tijdgewricht. Daarbij was er veel aandacht voor veiligheid en vertrouwen. We merkten dat ons publiek soms huiverig was om weer de deur uit te gaan, dit hebben we met duidelijke en consistente communicatie geadresseerd. Ook was er in de laatste 2 voorstellingsweken sprake van een plots ingevoerd coronatoegangsbewijs. Niet alle bezoekers waren het hier mee eens. We zijn dit gedeelte van ons publiek altijd coulant en vriendelijk tegemoet getreden.

PUBLIEK BIJ WILD



DIVERSITEIT EN INCLUSIE

HOOFDSTUK 8.

Vis à Vis vindt inclusie en diversiteit, in de breedste zin des woords, van groot belang voor haar organisatie en onderschrijft de Code Culturele Diversiteit. De afgelopen jaren is het een zoektocht geweest, met wisselende resultaten. We reflecteren op de 4 p's: programma, publiek, partners en personeel.

Onder de spelers en muzikanten van ons programma is (culturele) diversiteit zichtbaar. We merken dat het bij het vinden van spelers voor de zomerproductie nog een zoektocht is omdat we ervaren dat de speelstijl van onze voorstellingen sowieso een klein vijvertje van spelers past. Het is fysiek, in de buitenlucht en met een zeer beeldend karakter. We blijven echter oog houden voor het representeren van een diverse cast. Het project Almere187 geeft mensen met uiteenlopende achtergronden een podium. En brengt interessante kennismakingen tot stand met Almeerse makers die mogelijk ook op een andere manier met Vis à Vis gaan samenwerken.

We weten dat we een breed publiek aanspreken, door het wegnemen van zoveel mogelijk drempels maar ook door bijvoorbeeld de private samenwerkingen die we aangaan. De publieke en commerciële partners waar we mee werken zorgen ervoor dat we een nieuw publiek kunnen aanspreken. Een kortingsactie bij 13 Albert Heijns, samenwerking met de VriendenLoterij, maar ook samenwerkingen als Komt het Zien zorgen ervoor dat nieuw publiek kennismakt met ons. 10% van ons publiek bezoekt ons vanwege dit soort samenwerkingen en veel van hen is publiek dat nieuw is voor Vis à Vis.

Voor meer informatie over ons publiek, zie hoofdstuk 7.

We representeren binnen ons team nog niet de brede diversiteit van de Nederlandse samenleving. In 2021 hebben we in samenwerking met Dander een aantal diversiteitstrainingen gevolgd. In deze training wilden we onderzoeken wat we hierdoor missen. Welke kansen en mogelijkheden blijven hierdoor onbenut? Het doel is om nog meer draagvlak te creëren binnen Vis à Vis voor het naleven van de Code Culturele Diversiteit.

Een eerste winst uit deze training, was een sollicitatiemethode die we hebben toegepast tijdens het werven van de nieuwe zakelijk leider. Hier werd gebruik gemaakt van STARR methode die een objectieve selectie moet waarborgen.

CULTURAL GOVERNANCE

HOOFDSTUK 9.

Vis à Vis onderschrijft het belang van de Cultural Governance en werkt met een Raad van Toezicht en verschillende methodes voor goed bestuur.

De Raad van Toezicht bestond per 31 december 2021 uit:

1. **Dago Houben** (lid sinds juni 2016) directeur Eurosonic Noorderslag, management Into the Great Wide Open, voorheen o.a. zakelijk leider Parade. Momenteel interim-voorzitter.
2. **Karin Sommerer** (lid sinds oktober 2016) interim-manager en adviseur bij cultureel adviesbureau Blueyard. Voorheen o.a. Hoofd Marketing & Communicatie Stedelijk Museum Amsterdam.
3. **Marc Visser** (lid sinds januari 2013) Directeur Van der Linden groep makelaardij. Voorzitter OBA (Overlegorgaan Bouwnijverheid Almere).
4. Nanouk Grootendorst (lid sinds september 2018) Investment Manager bij Rabo Foundation, daarvoor was ze werkzaam bij Mid-Market Acquisition Finance, eveneens bij Rabobank.
5. **Natalie Beckers** (lid sinds december 2019) adjunct directeur en hoofd publieksinformatie van Multicultureel Podium Mozaiek. O.a. bestuursvoorzitter van stichting Operatie Periscoop.
6. **Harvey Lansdorf** (lid sinds september 2020) Zelfstandig adviseur sociale ondernemingen en mediator. Voorheen Senior Relatiemanager Financial Restructuring and Recovery, Rabobank Groep.

Marc Visser is aan het einde van zijn Raadsperiode en zal na het vinden van een goede vervanger de Raad van Toezicht verlaten. Gezocht wordt naar een ondernemende Almeerder met een groot netwerk in het Almeerse bedrijfsleven. Dago Houben heeft in 2021 opnieuw de rol als interim-voorzitter op zich genomen. In de huidige onzekere coronatijden is het fijn voor de organisatie om een bekende en zeer kundige voorzitter als Dago te hebben. In goed overleg met de raad en bestuur blijkt dat zijn interim rol voor iedereen goed bevalt.

De Raad van Toezicht van Vis à Vis is in 2021 4 keer bijeengekomen.

Na het overlijden van medeoprichter Arjen Anker (1959-2016) hebben de andere artistieke kern-teamleden - Marianne Seine en Marinus Vroom - de koers voortgezet door het hervinden van een nieuwe balans in aansturing van een betrokken team. In 2020 is acteur en maker Rutger Buiters, sinds 2012 aan Vis à Vis verbonden, toegetreden tot het artistieke kernteam. Samen met Klaartje Wierbos (zakelijk leider) en Mascha Selhorst (hoofd commerciële zaken) geeft dit managementteam leiding aan een solide organisatie.

Samenstelling bestuur en dagelijkse leiding van Vis à Vis in 2021:

Dagelijks leiding: Marinus Vroom, Marianne Seine & Rutger Buiters (artistiek team)
Klaartje Wierbos (zakelijk leider)
Mascha Selhorst (hoofd commerciële zaken)

Bestuur: Marianne Seine (voorzitter), Marinus Vroom (secretaris)

Vanaf april 2022 vertrekt zakelijk leider Klaartje Wierbos bij Vis à Vis en wordt haar rol overgenomen door Greetje Sluijs. Greetje is oud zakelijk leider van Opera Spanga en heeft de afgelopen jaren als assistent zakelijk leider bij Vis à Vis gewerkt.

ALMERE187



9.1 Checks and balances

Vis à Vis hanteert al enkele jaren de checks & balances methode om aspecten als verslaglegging, voldoende toezicht en financiële verantwoordelijkheden te monitoren. Dit is een efficiënte en volledige manier om toezicht te houden en te besturen. In 2020 is besloten een meer handzaam evaluatiemodel te hanteren, dit is goed bevallen.

De raad heeft een jaarlijks moment voor de zelfevaluatie met een methode die goed bevalt. De raad vindt het belangrijk om kritisch naar de zelfevaluatie te blijven kijken. De cultural governance code waar een professionele, culturele organisatie zich aan moet houden en wat een RvT moet controleren, worden steeds belangrijker. In 2022 gaat de Raad verder met deze vragen, en is in gesprek met Dennis Molendijk om hier een advies over te geven. Dennis Molendijk is ervaren in de culturele sector en adviseert onder andere RvT's over goed bestuur.

9.2 WNT en bezoldiging

De bestuursleden of andere leden van het team ontvangen voor het uitvoeren van hun functie een salaris dat de WNT-norm niet overschrijdt.

Marianne Seine en Marinus Vroom zijn binnen Vis à Vis kernleden van het artistieke team en daarbij vormen ze het bestuur. Marianne Seine is naast haar artistieke werkzaamheden betrokken bij personeelszaken, casting, educatie en randprogrammering. Marinus is naast zijn artistieke werkzaamheden betrokken bij marketing en de technische productie van de voorstelling.



9.3 ANBI status

Vis à Vis heeft een ANBI status. In 2021 zijn er enkele giften gedaan door donateurs. Er heeft geen actieve crowdfunding campagne plaatsgevonden. De meeste sponsors gaven aan toch de voorkeur te hebben voor een factuur met BTW, zonder giftenaftrek.

PERSONEEL, ORGANISATIE, SCHOLING EN FAIR PRACTICE / TRICKLE DOWN

HOOFDSTUK 10.

Vis à Vis onderschrijft de fair practice code en vindt eerlijke betaling van belang. Vis à Vis hield zich al jaren aan de CAO Toneel en Dans, maar heeft in 2021 besloten enkele aangepaste percentages te hanteren voor ZZP-ers. Volgens onze berekeningen zou een ZZP-opslagtarief van 55% reëler zijn dan de in de CAO geadviseerde 40%.

Bij Vis à Vis was er in 2021 binnen meerdere afdelingen sprake van ziekte of persoonlijke problematiek thuis. Dat is ook mede de reden geweest dat de RvT en het bestuur in overleg met de stakeholders om voorgenoemde redenen en uitputtingseffecten van Covid-19 heeft besloten een kleine adempauze in te lassen, om de organisatie te laten herstellen. Deze ingreep had op korte termijn een positief resultaat.

De krapte op de arbeidsmarkt zorgt ervoor dat het lastig kan zijn bepaalde vacatures te vullen. Het is echter gelukt om eind 2021 een bureaumedewerker en projectleider ontwikkeling aan te trekken, waardoor de werkdruk voor het kantoor team verminderd wordt.

In 2021 is het team waar mogelijk (gezien de schaarste op de arbeidsmarkt) opgeschaald op het gebied van productie en techniek. De afgelopen jaren is Vis à Vis verdubbeld in omvang en dat betekent dat onze organisatie beter bestendig moet worden.

Het zakelijk team is eind 2021 verder uitgebreid met een bureaumedewerker en projectleider ontwikkeling. De laatste gaat zich onder andere bezig houden met de gebiedsontwikkeling en de kansen die onze locatie biedt.

Sinds juni 2020 heeft het ministerie van OC&W in totaal vijf steunpakketten geregeld voor de cultuursector om het wegvallen van de publieksinkomsten door de lockdown te compenseren. Bij de aankondiging van het eerste steunpakket heeft de minister aangegeven dat ze verwacht dat de steunmiddelen waar mogelijk ingezet worden om zzp'ers volledig te compenseren voor geannuleerde opdrachten en om nieuwe opdrachten te geven aan makers en uitvoerenden, zodat de sector draaiende blijft.

Branchevereniging NAPK, waar wij bij aangesloten zijn, heeft na overleg met de Kunstenbond en het bestuur van ACT (Acteursbelangen) een richtlijn opgesteld met het dringende advies zzp'ers na annulering door te betalen volgens een rekenmethode die rekening houdt met de duur van de opdracht en termijn waarop geannuleerd wordt (de richtlijn is op te vragen bij NAPK). Wij hebben deze richtlijn gehanteerd voor onze opdrachtnemers.

In 2021 heeft Vis à Vis als werkgever onderstaande inspanning verricht. Deze wordt vergeleken met 2019 aangezien dat een vergelijkbaar jaar is, namelijk een eerste productiejaar.

6,43 aantal fte vast dienstverband (loonsom), dit was 5,58 in 2019

10,4 aantal fte tijdelijk dienstverband (loonsom), dit was 6,55 in 2019

7,73 aantal fte inhuur / zzp'ers (loonsom), dit was 7,17 in 2019

Vis à Vis heeft dankzij voortvarend ondernemerschap, middels opschaling van de tribunes het gehele team werk kunnen bieden, zelfs meer werk in vergelijking tot vorige zomerproducties. En draagt hiermee zorg voor de uitvoering van het trickle down principe.

WILD



TOEKOMST

HOOFDSTUK 11.

We hebben met het Fonds Podiumkunsten, Gemeente Almere en Provincie Flevoland besproken dat we geen grootschalige zomerproductie spelen in 2022. Door ons vaste stramien los te laten, hebben we de mogelijkheid om juist meer aandacht te geven aan de andere lopende en uitbreidende projecten zoals de opening van de Floriade EXPO 2022 met het grootschalige spektakel SCHOONSCHIP waar Vis à Vis voor is gevraagd en de succesverlenging van KRINGLOOP. Het geeft Vis à Vis ook de ruimte om intern mensen artistiek te laten groeien door een tweede regiedebuut van 2022 op te zetten met een kleinere buitenvoorstelling.

Daarnaast staat 2022 in het teken van de bestendiging van Almere 187 en de doorontwikkeling van FlevoLAB en het openen van onze poorten voor andere gezelschappen zoals theatergroep BOT. In 2023 speelt Vis à Vis de grootschalige buitenproductie IF. In de zomer van 2022 starten de voorbereidingen.

De gedeeltelijke verplaatsing van de locatie op verzoek van de gemeente Almere (vanwege woningbouw) vraagt momenteel ook aandacht en tijd. De inzet voor deze locatie heeft ons de afgelopen jaren veel tijd gevraagd en ook de komende periode zullen we hier aandacht voor moeten hebben. We zijn bezig met een gedegen plan voor onze volgende productie om hier op een goede manier uit te komen.

We kijken met goede moed uit naar 2022, waarbij we nieuwe voorstellingen gaan maken, vele andere makers gaan ontmoeten, nieuw talent de ruimte geven en ons zorgvuldig kunnen voorbereiden op een toekomst waarbij corona hopelijk minder leidend is.

Marianne Seine,

Voorzitter van het bestuur van

Stichting Vis à Vis

Marinus Vroom,

Secretaris van het bestuur van,

Stichting Vis à Vis

Bijlage: Net Promoter Score

Naast de algemene publieksreacties op WILD (beoordeling 7,3) meten wij ook andere onderdelen van de voorstelling waaronder de NPS, de Net Promoter Score.

Door onze producties met telkens een reprisejaar hebben we het doorverteleffect nodig om een succesvol tweede jaar te hebben. De NPS meet dit doorverteleffect.

Ten tijde van EXIT (2015-2016) was de NPS +57

Ten tijde van ROBOT (2019-2020) was de NPS +77

WILD (2021) bracht een NPS van op +29,5

De NPS ofwel de Net Promoter Score meet in welke mate een bedrijf wordt aanbevolen. De score kan lopen van -100 tot +100. De vraag luidt altijd hetzelfde, namelijk 'Hoe waarschijnlijk is het dat je het bedrijf aanbeveelt bij vrienden of bekenden'. De respondenten geven als antwoord een cijfer tussen de 0 en de 10.

- Personen die een 9 of een 10 geven, heten Promoters. Zij zijn diegenen die je bedrijf aanbevelen.
- Personen die een 7 of 8 geven, heten Passives. Deze klanten zijn wel tevreden maar niet enthousiast.
- Personen die een 0 tot 6 geven, heten Detractors. Zij zijn diegenen die hun vrienden of bekenden afraden om met je bedrijf in zee te gaan.

De score op de NPS wordt berekend door het percentage Promoters af te trekken van het percentage Detractors. De score wordt dan een getal en is geen percentage meer.

- Bij -100 beveelt niemand je bedrijf aan. Integendeel, iedereen die is bevraagd geeft aan dat dat 'Zeer onwaarschijnlijk' is.
- Bij +100 hebben alle bevraagde mensen aangegeven dat dit juist 'Zeer waarschijnlijk' is.
- Indien er net zoveel personen je bedrijf promoten als afraden, is de NPS 0.

Of je een hoge of een lage NPS heeft, hangt af van de branche waarin je werkzaam bent en de mate van binding die je bedrijf heeft met jouw klanten.

In de autobranche was de NPS in 2018 bijvoorbeeld gemiddeld +17, In Finance +21 en in de Retail +14. Zo zijn er ook bedrijven die standaard een negatieve NPS hebben of altijd rond de 0 zitten.

Uiteindelijk komt het hierop neer: of je een goede NPS heeft hangt af van de sector waarin je opereert en wat het gemiddelde is. Doe je het beter dan gemiddeld, dan onderscheidt je je van de rest en dan doe je het goed.