

V's À V's



Beeld: Baby Blue, StudioVeen

Ja@rverslag

2025

Inhoud

1	Inleiding	3
2	Activiteiten Vis à Vis 2025	4
2.1	Baby Blue	4
2.2	Educatie	7
2.3	Alluminous	9
3	The Red Herring	10
3.1	Theater Zomerkamp	11
3.2	Almere Vertelt	11
3.3	Lichtjesparade	12
3.4	Polder Parade	12
4	Publiek	13
4.1	Tabel activiteiten en publiek	13
4.2	Marketing Baby Blue	14
4.3	Publieksonderzoek 2025	16
5	Samenwerkingen	18
6	Raad van Toezicht	20
6.1	De belangrijkste ontwikkelingen van 2025	20
6.2	Organisatie	21
6.3	Raad van Toezicht	22
6.4	Risicomanagement & SWOT-analyse	24
6.5	Codes	25
6.5.1	De Governance Code Cultuur	25
6.5.2	Fair Practice Code	26
6.5.3	Code Diversiteit & inclusie	27
6.6	Duurzaamheid	29
7	Financiële toelichting	30
7.1	Financieel resultaat	30
7.2	Risico's en reserves	30
8	Toekomst	31



Scènefoto Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Inleiding

Het eerste jaar van ons nieuwe kunstenplan en het 36e in ons bestaan, begon met de succesvolle en in de pers geprezen crime-comedy *Baby Blue*, een samenwerking met De Leedbewakers. De wens om op artistiek vlak experiment en kruisbestuivingen op te zoeken werd met het maken van *Baby Blue* concreet. Dat resulteerde in bij vlagen subtieler en onnadrukkelijker spel, absurdistische teksten van Dirk van Pelt en een associatieve regie van Titus Tiel Groenestege. Voor het eerst werd ook de unieke kracht van ons gezelschap vol in beeld gebracht; de bouwkraan, grondverzetkarretjes en meer van onze bouwelementen die altijd buiten beeld blijven zodra het publiek ons terrein betreedt, mochten nu onverbloemd in beeld komen, evenals de technici die als stagehands mede-speler werden in de choreografieën met de acteurs.

In 2024 ontwikkelden we een nieuwe organisatie-structuur. Die kon zich nu bewijzen bij het maken van de eerste gloednieuwe voorstelling (*Silo 8* in 2024 was een herneming). Ook was dit het eerste volledige jaar van onze nieuwe Algemeen Zakelijk Directeur Mascha Selhorst. Het jaar stond ook in het teken van de voorbereiding op en de sollicitatie-procedure van onze nieuwe Artistiek Directeur.

Qua bezoekersaantallen hebben we de op een na succesvolste productie in de geschiedenis van Vis à Vis behaald met 52.621 kaarten. We zagen de publiekssamenstelling veranderen. Meer jonge mensen zochten ons op, wellicht aangetrokken door de samenwerking met De Leedbewakers die een jongere achterban hebben.

Dit werd ook het jaar waarin de productie van 2026, *Carrousel*, zeer intensief werd voorbereid en zelfs de voorstelling van 2027 staat al flink in de steigers. Dit komt omdat twee van onze vaste spelers Gerold Guthman en Rutger Bouter de twee opeenvolgende voorstellingen gaan regisseren maar ook onderdeel zijn van de vaste spelerskern. Terwijl er gebouwd werd aan het decor van *Carrousel* waren we dus ook druk bezig met de eerste concepten voor script en decor voor *Shoot* (werktitel). Zelfs na 35 jaar zijn we nog volop aan het ontdekken welke ontwikkelingen ons tot nieuwe maakprocessen uitnodigen.



Scenefoto *Baby Blue*. Foto: Marinus Vroom

Activiteiten

Vis à Vis 2025

hoofdstuk

2

De nieuwe productie Baby Blue en de samenwerking met De Leedbewakers was uiteraard de belangrijkste artistieke activiteit van 2025. In die samenwerking stonden experiment en nieuwe kruisbestuivingen centraal. We richtten ons maakproces zo in dat er ruimte bleef om op de vloer nog veel dingen uit te zoeken. Anders dan andere jaren liepen de decorontwikkelingen soms voor op het ontwikkelen van het verhaal. Dat was een resultaat van het samengaan van verschillende gezelschappen met verschillende maakprocessen. Voor Vis à Vis is het nodig om ver van tevoren de grote decorbeslissingen te nemen, omdat al het decor in huis gemaakt moet worden (en erg groot is), maar voor de spontaniteit op de vloer was het nodig om open eindjes te houden wat betreft verhaal of personages. Die werden tijdens de repetities ter plekke op de vloer gemaakt. Deze combinatie van maakprocessen heeft ertoe geleid dat wij in de toekomst scherpere keuzes kunnen maken over waar we het maakproces open kunnen houden en wanneer we de grote beslissingen moeten nemen. Zeer waardevolle inzichten voor volgende producties.

Artistiek gezien was het ook belangrijk dat we dit jaar meer inzetten op educatie en nieuwe artistieke initiatieven met onze zusterstichting The Red Herring. Dat waren in de afgelopen jaren al grote wensen, maar dit jaar kregen we het organisatorisch voor elkaar om plannen te maken, aanvullende middelen te vinden en de eerste plannen ook ten uitvoer te brengen.



Publiek bij Baby Blue. Foto: Richard terborg



Scènefoto Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

2.1 Baby Blue

Baby Blue is een muzikale crime-comedy waar met man en macht gebouwd wordt aan een nieuwe wijk waarin niets is wat het lijkt. Een wereld waar de mens het liefste alles in beton wil gieten, terwijl het leven voortdurend in de steigers staat.

Baby Blue is een ode aan de gangsterfilm, vol slapstick en livemuziek. De zomervoorstelling was een kruisbestuiving tussen de innovatieve techniek en verbeeldingskracht van Vis à Vis en het gedetailleerde microwerk en kleurrijke personages van De Leedbewakers. Beide groepen delen dezelfde fysieke absurdistische speelstijl en hebben hun wortels in het fysieke theater. Vis à Vis plaatst opnieuw de aanrommelende mens in de moderne maatschappij waar hij zich staande moet zien te houden. In een arena vol actie, absurdisme en theatraal geweld leiden Vis à Vis en De Leedbewakers het publiek langs de afgrond van moderne dilemma's vol verleiding en gevaren. De componist en uitvoerend muzikant is Len Lucieer (o.a. bekend van Jakop Ahlbom).



Scènefoto Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Het decor vol woontorens en trappenhuizen staat symbool voor het leven dat altijd in de steigers staat. Hoe krijg je grip op een wereld die voortdurend in beweging is? Tussen alle bouwwoede brengt vader Sjon zijn baby groot. Sjon probeert als machteloze burger in de bovenwereld te blijven én zijn hoofd boven water te houden, maar kan niet voorkomen dat hij deelgenoot wordt van schimmige praktijken. Baby Blue schetst een schril contrast tussen warme onschuld en een koude, kille wereld. Kun je de wereld veranderen als je een kind moet opvoeden? Of word je opgeslokt door grotere krachten en machten?

Baby Blue gaat over de verleiding tot het snelle geld en de aantrekkingskracht tot het verbodene. De regie was in handen van Titus Groenestege, onder meer bekend om zijn grootschalige locatietheaterproducties met muziektheatergroepen. “We willen met Baby Blue bewustzijn creëren over hoe makkelijk je in de onderwereld verzeild kan raken. Elk mens is te verleiden door het snelle geld. Zeker als je jong en overmoedig bent.”

Baby Blue was te zien van 22 mei t/m 21 september 2025.

Baby Blue is een samenwerking met De Leedbewakers, een jong collectief van drie ervaren makende spelers. (o.a. Beumer & Drost, Berg & Bos, Golden Palace, Jakop Ahlbom). Zij speelden hun eerste succesvolle voorstelling KØT al op ons openluchtpodium. Hun fysieke beeldende stijl is zeer verwant aan Vis à Vis. We zorgen beiden door gebruik te maken van humor en uitvergroete wrange situaties voor een grim- en glimlach bij het publiek. Waar Vis à Vis vanuit de grote transformerende beelden en het overkoepelende verhaal start, beginnen De Leedbewakers bij de bestudering van een personage vanuit speldetails. De ene schetst met grote kwast, de ander tekent met kroontjespen. Deze kruisbestuiving levert een vertakking op in gelaagde personages terwijl de reikwijdte van de scènes onverminderd groot is.

Artistiek team Baby Blue

Regie	Titus Tiel Groenestege
Concept	Vis à Vis in samenwerking met De Leedbewakers
Artistiek Coördinator De Leedbewakers	Maurits van den Berg
Dramaturgie	Anna Maria Versloot
Spel	Gerold Guthman, Rutger Buiters, Lisa Groothof, Maurits van den Berg, Bodine Sutorius en Steyn de Leeuwe
Muziekcompositie en livemuziek	Leonard Lucieer, Maurits van den Berg
Script	Dirk van Pelt, Vis à Vis en De Leedbewakers
Decorontwerp	Douwe Hibma en Marlies Schot
Lichtontwerp	Henk Post en Thijs Visser
Kostuumontwerp	Nicky Nina de Jong



Lisa Groothof, De Leedbewakers, in Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Bereik

Baby Blue werd met ruim 52.000 bezoekers ontzettend goed bezocht. In de slipstream van de veelgevraagde en succesvolle herneming van Silo 8 in 2024 startte de kaartverkoop met recordcijfers. Was bij de vorige voorstelling 33% van het publiek jonger dan 40 jaar, bij Baby Blue was dat 40%.

Ontvangst en impact

De pers was nieuwsgierig rondom de première. Er verscheen een uitgebreid artikel van Gina Miroula in het Parool over het maakproces en ook na de première werden de makers uitgebreid geïnterviewd in o.a. Opium, Kunststof en andere podcasts over kunst. De recensies waren positief, waarbij de samenwerking met De Leedbewakers zeer positief werd beoordeeld. Ook de nieuw ingeslagen weg van Vis à Vis met subtieler spel en ingetogen absurdisme werd gezien en gewaardeerd.

“Hoe overweldigend al het doordeinende levensgeweld ook is, soms laten we ons dan onverwacht even raken: door een (bijna) slapend kind of een leuke pizzabezorger bijvoorbeeld, door het korte besef dat we goddank niet alleen in onze bouwval staan.” - Theaterkrant

“In buitenvoorstelling ‘Baby Blue’ smelten boven- en onderwereld samen tot een lekker vet bouwkeetspektakel.” ★★★★★ - Volkskrant

“Heel mooi is hoe weinig er wordt uitgelegd in dit gevecht tussen boven- en onderwereld, terwijl je alle verhaallijnen kunt volgen. De livemuziek van Leonard Lucieer en Maurits van den Berg versterkt de westernsfeer van de vertelling, en de bewegende staalconstructie van decorontwerpers Douwe Hibma en Marlies Schot vergroot het algehele kijkgenot. En wat indruk maakt, is de balans die de samenwerkende gezelschappen hebben gevonden in het spel met vette filmclichés, authentieke personages en originele wendingen. Waarin een poepluier kan dienen als explosief wapen.

De geslaagde uitkomst van deze samenwerking is een vertrouwd spektakel met geweldige decortrucs en visuele verrassingen, maar anders van toon en manier van vertellen.” - De Groene

“De voorstelling weet de serieuze ondertoon zoals de aantrekkingskracht van geld, macht en criminaliteit op luchtige en theatrale wijze te brengen, zonder dat het zwaar wordt. De balans tussen spanning en humor is goed getroffen. Wat meteen opvalt is de grote productie: indrukwekkende decors die bewegen en verrassen, special effects die het verhaal kracht bijzetten, en een visueel sterke vormgeving die je volledig meezuigt in de wereld van de voorstelling. Vis à Vis laat opnieuw zien dat openluchttheater ook groots en spectaculair kan zijn.” - I love Theater

“De voorstelling schetst een contrast tussen het onschuldige van de bovenwereld en het kille van de criminele onderwereld. Twee werelden die het theatergezelschap, aan de hand van scherpe en komische dialogen en technieken die inspelen op de verbeelding van het publiek, lijnrecht tegenover elkaar zet.” - 1Almere



Scènefoto Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Publieksreacties

“Weer een actueel onderwerp lichtvoetig maar confronterend onder de aandacht gebracht in een snelle opeenvolging van spectaculaire scènes. Met veel bewonderenswaardige techniek die soms naar adem doet happen. Een vlot, spannend verhaal, goede spelers en ook nog muziek als omlijsting. Het kán niet op!”

.....

“Er gebeurde zoveel tegelijk dat ik de tijd vergat en er helemaal in zat. Geweldige techniek, als in... hoe dan?”

.....

“Ik moest lachen, maar had ook af en toe een brok in m’n keel. En daarna nog zo gezellig blijven hangen buiten — echt top.”

.....

“Dat je ogen en oren tekortkomt, dat er overal op het terrein iets gebeurt, de acteurs die soms in meerdere rollen heel snel moeten schakelen. Het gebruik van de kranen, bewegend decor, effecten met licht en geluid. Het feit dat het donker wordt en dan alles nog beter uitkomt. Het gebruik van motoren, auto’s, fietsen, alles kan ook op dit terrein.”

.....

“We hebben genoten! Eigenlijk zou je de voorstelling meerdere keren moeten bezoeken, want we kwamen ogen tekort om alle ontwikkelingen op het grote speelveld en in de lucht te kunnen volgen.”

2.2 Educatie

Het belangrijkste verschil met voorgaande seizoenen is dat we dit jaar ons aanbod op scholen (de zogenaamde ‘Take Over’) konden uitbreiden. We merkten in de afgelopen jaren dat de betrokkenheid van de leerlingen bij de voorstelling veel groter en duurzamer was wanneer ze een Take Over in de klas, voorafgaand aan het voorstellingsbezoek, hadden meegemaakt ten opzichte van scholieren die alleen met een lesbrief waren voorbereid. Door een vierjarige bijdrage van Fonds21 konden we vanaf dit seizoen de Take Overs op scholen gratis aanbieden. Daardoor kregen veel meer leerlingen voorafgaand aan het voorstellingsbezoek in hun eigen klas een verdiepende en interactieve les over de thema’s en dilemma’s in de voorstelling. Daarnaast hebben we gewerkt aan een sterkere verbinding met de scholen in onze omgeving wat resulteerde in intensievere samenwerkingen en meer aanwezigheid op de scholen. Zo zijn er speciale samenwerkingen opgezet met basisschool De Zeeraket (onze directe buur), Het Arte College en het Aeres (MBO en HBO), met wie we educatieve programma’s op maat hebben ontworpen.

Take Over

Tijdens de Take Over komt een theaterdocent onverwachts de klas binnen in de rol van een pizzabezorger. De leerlingen waren hier van tevoren niet van op de hoogte. De pizzabezorger wist de docent uit de klas te lokken en vroeg vervolgens een aantal leerlingen om een pakje voor hem te bewaren.

Wat volgde was een reeks duistere praktijken waarin de leerlingen langzaam werden meegezogen: geheime ontmoetingen in het fietsenhok, een verborgen kluis, docenten die misleid moesten worden en gesprekken via burner phones. De grens tussen spel en werkelijkheid vervaagde steeds verder.



Take Over verleiding op het schoolplein. Foto: Kirsten Bonneveld

Na verloop van tijd werd het sociale experiment stopgezet. Onder begeleiding van de theaterdocent gingen de leerlingen met elkaar in gesprek over hun ervaringen, aan de hand van de centrale filosofische vraag: Hoe ver ga jij?

Impact

Uit gesprekken met leerlingen en docenten kwam naar voren dat de Take Overs het kijkgedrag van de leerlingen heeft beïnvloed. De leerlingen hebben meer richting gekregen tijdens het kijken en denken over de thema's van de voorstelling. Daarnaast koppelden de leerlingen de situaties in de voorstelling aan hun eigen ervaringen, zowel binnen als buiten de Take Over.

Bereik

Vanwege de korte periode tussen het toekennen van de subsidie en de eerste schoolvoorstellingen is het niet voor alle scholen gelukt om een Take Over in te plannen. De meeste scholen die voor de zomervakantie kwamen kijken hadden geen ruimte meer in hun lesrooster. Voor bijna alle klassen die na de zomervakantie de schoolvoorstellingen hebben bezocht hebben we een Take Over kunnen inplannen. Ook hebben we een aantal klassen die naar een reguliere voorstelling kwamen kijken een Take Over kunnen aanbieden in verband met overgebleven budget van de scholen die voor de zomervakantie geen Take Over hebben gekregen.

Aankomend seizoen wordt de Take Over en een bezoek aan de voorstelling als pakket aangeboden en worden de Take Overs al in een vroeg stadium samen met de scholen ingepland, zodat we zeker weten dat we alle scholen kunnen voorzien in hun vraag.

Schoolvoorstellingen

De schoolvoorstellingen vormden de kern van het educatieprogramma. In totaal bezochten 1.983 leerlingen verspreid over 74 klassen de voorstelling Baby Blue. De deelnemers kwamen uit verschillende leerjaren en niveaus (VMBO, HAVO, VWO en MBO). Een mooie ontwikkeling is dat er ook steeds meer scholen uit omliggende gemeenten ons weten te vinden.

Overige educatieve activiteiten

Voor het Arte college organiseren we een beroepsoriënterende rondleiding waarbij leerlingen van VMBO4 kennismaakten met de grote verscheidenheid aan beroepen binnen het theatergezelschap.

Voor de nabijgelegen basisschool De Zeeraket werd een speciaal programma samengesteld waarbij de leerlingen kennis konden maken met de signatuur en het artistieke werkproces van Vis à Vis. Ook mochten ze zelf aan de slag in een workshop kostuumontwerp en een theaterworkshop waarbij ze een scene ontwikkelden op basis van het thema van de voorstelling.

Activiteit	Aantal leerlingen	Aantal klassen
Schoolvoorstellingen	1.983	74
Take Overs	642	26
Rondleiding (Arte College)	42	2
Workshop De Zeeraket	350	16
Totaal	2.627	118

Interactie en inclusie

In 2025 organiseerde Vis à Vis diverse activiteiten om haar voorstellingen toegankelijker en interactiever te maken voor een breed publiek. Voorafgaand aan een matineevoorstelling van Baby Blue gaven we een inleiding voor 202 kinderen van 8-16 jaar en hun ouders of begeleiders. Ook op de dagen dat we de Vrienden van Vis à Vis ontvingen werden inleidingen gegeven die een speciaal inkijkje gaven in het maakproces en de geschiedenis van Vis à Vis. Daarnaast werkten we samen met Stichting 'Komt het Zien!', zodat mensen met een visuele beperking ook meer toegang kregen tot de visuele aspecten van de voorstelling. Dit deden we door vooraf een meet & feel inleiding te doen en tijdens de voorstelling te werken met live audiodescriptie door een blindentolk, waardoor de voorstelling voor nog meer mensen toegankelijk is geworden. Voor doven en slechthorenden werkten we tijdens de voorstelling samen met Theater met Tolk. Twee NGT tolken en twee schrijftolken waren aanwezig bij twee voorstellingen van Baby Blue. Ook maakten we voor deze doelgroep video's met gebarentaal ter inleiding op de voorstelling.



'Twist Twinkle Twirl' door Jette Vogel en Sajoscha Talirz, de inzending van Vis à Vis voor Alluminous. Foto: Robin Meyer

2.3 Alluminous

Ook dit jaar zorgde Vis à Vis weer voor een kunstwerk tijdens het Almeerse lichtfestival Alluminous. We mochten kunstenaar Jette Vogel aandragen die samen met Sajoscha Talirz het kunstwerk 'Twist Twinkle Twirl' realiseerde in het Weerwater. Hun werk was tevens het campagnebeeld voor deze editie van Alluminous.

Over 'Twist Twinkle Twirl'

Op Stedenwijkstrand rijzen drie glanzende disco reuzen op uit het Weerwater. Samen vormen ze een band die het water tot hun podium maakt. Hun lichamen weerkaatsen het landschap en het landschap weerkaatst hun lichamen, waardoor steeds nieuwe beelden ontstaan. Soms bewegen ze rustig, soms stormachtig, maar altijd in samenspel met hun omgeving. Bezoekers worden uitgenodigd om stil te staan en mee te gaan in dit spel van reflectie en verbeelding.



Alluminous campagnebeeld. Foto: Alluminous

Over kunstenaars Sajoscha Talirz & Jette Vogel

Kunstenaar Sajoscha Talirz (Amsterdam, 1979) maakt sinds zijn studie aan de Koninklijke Academie Beeldende Kunst sculpturen, veelal in de openbare ruimte.

Scenograaf Jette Vogel (Veldhoven, 1995) studeerde aan de Willem de Kooning Academie en werkt sindsdien aan film- en theaterdecors, sculpturen en schilderijen.

Publiek en ontvangst

In totaal 62.277 bezoekers hebben dit kunstwerk en alle andere kunstwerken rondom het Weerwater bezocht in het najaar van 2025. Daarvan was maar liefst 25% kind. Dat is ruim 17.000 meer dan de vorige editie, waarmee Vis à Vis indirect haar publieksbereik flink heeft vergroot. Toen medewerkers van Vis à Vis incognito postvatten bij het informatiebordje van het kunstwerk, konden ze stevast een enthousiaste reactie opvangen zodra bezoekers de naam Vis à Vis zagen staan. Daarnaast waren we wederom zeer onder de indruk van de gemoedelijke sfeer van het lichtkunstfestival en hoeveel Almeeders en Almeerse gezinnen dit festival op de been krijgt. Daarmee is het een festival waar we graag in de toekomst onze medewerking aan blijven verlenen.

The Red Herring

Het merendeel van het jaar faciliteert Stichting The Red Herring hoofdhuurder Vis à Vis. Daarnaast deelt The Red Herring de unieke locatie graag. Het programma van The Red Herring wordt onder supervisie van Vis à Vis ontwikkeld om de potentie van de plek van stad en provincie te benutten. Waar Vis à Vis een landelijk publiek bereikt, bedienen we met programmering van The Red Herring ons lokale publiek. We beseffen maar al te goed dat het unieke terrein met zijn ongedwongen sfeer een locatie bij uitstek is voor een laagdrempelige kennismaking met kunst en cultuur. Eenmaal binnen is de stap naar een voorstellingsbezoek van Vis à Vis ook sneller genomen. Sinds dit jaar kon de stichting haar artistieke programmering uitbreiden, dankzij steun van de gemeente Almere en een tweejaarlijks ontwikkeltraject van het VSB Fonds. De storytelling-avonden van Almere Vertelt waren de eerste stappen van The Red Herring op het gebied van kleinschaligere programmering en gezien het succes smaakte dat naar meer. In de zomer van 2025 kwam daar het Theater Zomerkamp voor kinderen bij en startten de voorbereidingen voor de eerste Lichtjesparade, met workshops en een interactieve performance. De Lichtjesparade zal begin 2026 plaatsvinden.

Stichting The Red Herring is in 2015 in het leven geroepen ter ondersteuning van Vis à Vis. Bij het in gebruik nemen van het terrein op de Muiderzandplaats is deze tweede stichting opgericht vanuit het oogpunt van risicospreiding. Stichting The Red Herring is eigenaar van het vastgoed (kantoor, restaurant, werkplaats, opslag) en beheert de locatie. De afspraken met betrekking tot erfpacht staan op naam van The Red Herring. De stichting heeft als hoofddoel het faciliteren van hoofdhuurder Theatergezelschap Vis à Vis en wil daarnaast de unieke locatie optimaal benutten door aanvullende programmering voor stad en buurt aan te bieden en de faciliteiten te verhuren aan derden (culturele partners, maatschappelijke instanties, onderwijs, bedrijven). Vis à Vis en The Red Herring zijn zusterstichtingen en factureren onderling diensten aan elkaar. Vis à Vis belast voornamelijk de inzet van personeel door aan The Red Herring. The Red Herring factureert huur voor het gebruik van de locatie en de inkomsten van de programmering, die via de kaartverkoop van Vis à Vis verloopt.



Eindpresentatie van het Theater Zomerkamp. Foto: Beeldkrakers



Theater workshop bij het Theater Zomerkamp. Foto: Beeldkrakers

3.1 Theater Zomerkamp

Samen met anderen in één week een eigen voorstelling maken én opvoeren; dat is wat wij kinderen in de leeftijd van 8-13 jaar boden. Drie vakdocenten ontwikkelden een basisidee en lieten zich daarbij inspireren door de zomerproductie Baby Blue van Vis à Vis. Het thema werd ‘Kunnen we het maken?’ De kinderen werkten in drie disciplines (decor/ vormgeving/ geluid) aan een voorstelling die aan het eind van de week voor familie en vrienden werd opgevoerd in het decor van Baby Blue. De eerste dertig plekken waren zo snel vol dat we omschakelden en uiteindelijk 36 kinderen hebben kunnen laten meedoen aan de week.

Data	18 t/m 22 augustus 2025
Locatie	Terrein The Red Herring/ Vis à Vis, Almere
In samenwerking met	De Schoor
Artistiek producent	Chantal Demarteau (drama docent, regisseur)
Vakdocenten	Mira Ticheler (decor), Moreno Daan (muziek) en Chantal Demarteau (drama)



Geluid/muziek workshop, Theater Zomerkamp. Foto: Beeldkrakers



Almere Vertelt. Foto: Tycho van Veenschoten

3.2 Almere Vertelt

Almere Vertelt is een uniek, terugkerend storytelling-event waar inwoners van Almere hun persoonlijke verhalen delen. In een reeks weekenden per jaar genieten de bezoekers van inspirerende verhalen in de sfeervolle en intieme setting van restaurant De Rode Haring, op het terrein van The Red Herring/Vis à Vis. De avond begint met een gezamenlijke kleine maaltijd (inbegrepen bij het ticket). Het samen eten vormt een sfeervolle, verbindende start van een gezamenlijke avond uit.

Almere Vertelt is ontwikkeld in samenwerking met de storytellingschool MEZRAB. De coaches van MEZRAB begeleiden de Almeerse vertellers en bereiden hen in twee werksessies voor op hun optreden. Per weekend doen zes vertellers mee die twee keer optreden voor publiek (vrijdagavond en zaterdagavond). De avonden worden omlijst door livemuziek, verzorgd door de vertellers zelf of musici uit hun omgeving. De host van de avond zorgt voor interactie met het publiek. Dat maakt dat tijdens Almere Vertelt niet alleen verhalen verteld worden, maar er ook ruimte is voor gesprek en ontmoeting. Het is een avond waarop bezoekers niet alleen nieuwe perspectieven ontdekken, maar ook de eigen stad beter leren kennen.

Editie 2025

Nieuw dit jaar was het werken met Almeerse hosts. Om de avonden nog lokaler te maken hebben we twee Almeerders gevraagd de avonden te presenteren. Dit is bijzonder goed bevallen. Het maakt de voorstellingen nog intiemer en de interactie met het publiek nog directer.

Op de kennismakingsavond kwamen 32 geïnteresseerden. Uiteindelijk zijn achttien Almeerders geselecteerd om mee te doen, veertien nieuwe vertellers en vier oud vertellers. Zes van hen kwamen via een samenwerking met de Vrijwilligers en Mantelzorg Centrale Almere (VMCA).

Publiek

In totaal hebben de voorstellingen 414 bezoekers getrokken. Met een capaciteit van 85 zitplekken per avond (510 in totaal) is dat een zaalbezetting van 81%. Van het publiek komt 77% uit Almere. De rest van de bezoekers komen uit Naarden, Hilversum, Woerden, Amsterdam, Amersfoort Huizen en Aalsmeer.

Data	7/8 november, 28/29 november, 12/13 december 2025
Locatie	Theaterrestaurant De Rode Haring, terrein The Red Herring/Vis à Vis, Almere
In samenwerking met	MEZRAB Amsterdam, Vrijwilligers en Mantelzorg Centrale Almere (VMCA)
Artistiek producent	Chantal Demarteau (drama docent, regisseur)
Begeleider vertellers	Jacqueline Korenvaar en Soula Notos (MEZRAB Amsterdam)
Hosts	Pascal Frederik en Otwin Vlieri

3.3 Lichtjesparade

Met het organiseren van de Lichtjesparade start Stichting The Red Herring een nieuwe gezamenlijke traditie voor de wijk. De in 2024 overleden Marianne Seine zag dat er in Almere en Flevoland een behoefte was aan tradities en rituelen. Geïnspireerd door haar wens organiseren we een optocht door de wijk met (zelfgemaakte) lichtobjecten, lichtsculpturen en lampionnen. Kernwaarden zoals verbondenheid en omzien naar elkaar staan centraal in deze activiteiten. Hoewel de Lichtjesparade pas begin 2026 zal plaatsvinden, zijn de voorbereidingen in het najaar van 2025 gestart. Wijkbewoners en Almeerse scholieren (9 t/m 18 jaar) krijgen workshops in het maken van de sculpturen. Dat gebeurt onder leiding van Almeers beeldend kunstenaar Jurrian van den Haak, die sinds de oprichting bij



De Lichtjesparade in Almere Poort. Foto: Marinus Vroom

de Sint Maartenparade in Utrecht betrokken is en beeldend kunstenaar en mede-oprichter van Pygmalion Poort Mira Ticheler, zij kent de wijk goed. Zij geven de workshops voor verschillende doelgroepen. Niet alleen bij Vis à Vis, maar ook op scholen, in wijkcentra en bij de Nieuwe Bibliotheek.

3.4 Polder Parade

In december 2025 vond de tweede editie van de Polder Parade plaats; een concept ontwikkeld door Flevour en Stichting 'n Wilde Keuze. Dit winterfestival stond volledig in het teken van lokaal en duurzaam voedsel, een visie die naadloos aansluit bij de waarden van The Red Herring en Vis à Vis. Bezoekers konden van 20 t/m 23 december hun (kerst) inkopen rechtstreeks bij lokale boeren en ambachtelijke producenten doen, waarbij de nadruk lag op verse, onbewerkte en veelal plantaardige producten. Naast de markt bood de Polder Parade een breed programma aan workshops, waaronder een patisserie workshop, diverse kinderkookworkshops en een kerstkookworkshop voor volwassenen. Als opmaat naar de Lichtjesparade werd een workshop lampionnen maken gegeven.

Geïnspireerd door Almere Vertelt werd in samenwerking met The Red Herring en MEZRAB de culinaire verhalen-avond 'De Boer op' georganiseerd. De MEZRAB coaches begeleidden vier Flevolandse boeren bij het vertellen van een persoonlijk verhaal. De boeren werden gekoppeld aan een lokale chef en op zaterdag 20 december werd het publiek getrakteerd op zowel de verhalen van de vier Flevolandse boeren als op heerlijke gerechten bereid door de chefs met de producten van de boeren. Deze formule bleek een groot succes. 55 bezoekers hebben genoten van 'De Boer op'. De Polder Parade trok in 2025 in totaal 1.929 bezoekers.



Kerstkook workshop bij de Polder Parade. Foto: Marinus Vroom

Publiek

hoofdstuk
4

Na het uitzonderlijke succes van SILO 8 in 2024 lag de lat hoog. Voor Baby Blue kozen we bewust voor een nieuw verhaal en een nieuwe artistieke richting. De marketingstrategie was gericht op behoud van onze gegroeide publieksbasis én verdere versterking van het merk Vis à Vis. Uiteindelijk bezochten 52.560 mensen Baby Blue. We kunnen stellen dat we dit jaar wederom voor uitverkochte tribunes speelden.



Scènebeeld Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

4.1 Tabel activiteiten en publiek

Activiteiten Vis à Vis	Aantal	Geannuleerd	Aantal bezoekers/ deelnemers	Aantal bezoekers speciale voorstelling
Baby Blue	68 (incl. 4 school- voorstellingen)	1	52.621	1.583 (schoolvoorstellingen)
Inleidingen (incl. vriendendagen)	3		435	
Educatieprojecten	5		342	
Radio Kopstoot (Flevolab)	2		120	
Theater met Tolk	1		19	
Alluminous	10		62.277	
Open dag	1		383	
Totaal Vis à Vis	90		116.197	
Activiteiten The Red Herring				
Theater Zomerkamp	1		36	
Almere Vertelt	10		774	
De Boer op	1		55	
Polder Parade	5		1.929	
Lampionnen workshop Lichtjesparade	1		11	
Totaal The Red Herring	18		2.805	
TOTAAL	108		119.002	



Campagnebeeld Baby Blue. Vormgeving: StudioVeen

4.2 Marketing Baby Blue

Strategie en campagneopbouw

Doordat kaartverkoop, speelplek en makers zich allemaal op dezelfde plek bevinden en er geen tussenkomst is van theaters of andere speelplekken met een eigen kaartverkoopsysteem, heeft het marketingteam zich door de jaren heen kunnen specialiseren in werken met een publiek dat steeds beter gekend wordt. Terugnkerende enquêtes, directe feedback op e-mailmarketing en simpelweg aanwezigheid tijdens voorstellingsavonden vormen de ruggengraat van onze specialisatie.

De marketingaanpak bouwde dit jaar voort op de succesvolle strategie van 2024: een vroege start van de kaartverkoop, een gefaseerde verlengingen van de speelperiode, sterke online inzet via Google Grants en Meta, consistente e-mailmarketing en gerichte regionale focus (Amsterdam, Utrecht, 't Gooi, Flevoland). In de eerste week van verkoop (februari) werd al ruim 10% van de totale seizoensomzet gerealiseerd, dankzij het

succes van Silo 8 en het feit dat die voorstelling zo vroeg was uitverkocht. Net als in 2024 werd de speelperiode twee keer verlengd. Beide verlengingen zorgden voor duidelijke verkooppieken.

Website

In 2025 ontving de website 218.242 gebruikers. 16,5% van de bezoekers kwam via externe websites binnen. Dit is een hoog percentage – in de culturele sector ligt dit vaak onder de 15%. Het laat zien dat onze samenwerkingen met partners, media en culturele platforms daadwerkelijk verkeer naar onze website genereren.

E-mailmarketing

Het e-mailbestand groeide van 40.091 naar 44.717 nieuwsbrieflezers. Het percentage lezers dat na het lezen van een nieuwsbrief kaarten kocht, steeg van 23% naar 33%, wat laat zien dat onze e-mailcampagnes effectiever zijn geworden in het activeren van ons publiek. Consistentie speelde hierin een belangrijke rol: nieuwsbrieven werden structureel iedere twee weken verzonden, wat zorgde voor herkenbaarheid en vertrouwen bij het publiek.

Daarnaast is actief ingezet op optimalisatie. Door middel van A/B-tests op onderwerpregels, call-to-actions en beeldgebruik is continu getest welke varianten de hoogste open- en klikratio opleverden. Ook werd gewerkt met doelgroep segmentatie, waarbij bestaande bezoekers, nieuwe inschrijvers en specifieke interessegroepen gericht werden aangesproken met relevante inhoud. Dynamische content zorgde ervoor dat ontvangers gepersonaliseerde informatie zagen, bijvoorbeeld op basis van eerdere aankopen of klikgedrag. Deze combinatie van ritme, data gedreven optimalisatie en inhoudelijke verfijning heeft bijgedragen aan dat meer mensen de mails openen, lezen en kaarten kopen.



Scènebeeld Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Social media

Onze socialmediakanalen zijn in 2025 verder gegroeid in bereik en betrokkenheid. We hebben sterker ingezet op video, reels en stories, omdat deze vormen beter aansluiten bij hoe mensen online content consumeren: snel, visueel en persoonlijk. Behind-the-scenes beelden, repetities, aftelmomenten en makers in beeld zorgen voor meer verbinding en betrokkenheid.

Daarnaast speelt user generated content een belangrijke rol. Bezoekers delen massaal eigen foto's en video's van hun avond bij Vis à Vis. Dat is voor ons extra waardevol, omdat het moeilijk in woorden uit te leggen is wat Vis à Vis precies is, beeld spreekt hier veel sterker dan tekst. Door deze content actief te delen en te stimuleren, vergroten we niet alleen ons bereik, maar laten we via echte bezoekers zien wat de beleving is.

Die aanpak vertaalt zich ook zichtbaar in onze bekendheid. 28% van de bezoekers gaf aan via familie, vrienden of kennissen met de voorstelling bekend te zijn geraakt. Mond-tot-mondreclame is daarmee onze belangrijkste bron van nieuwe bezoekers geworden. De combinatie van een sterke beleving, deelbare beelden en een betrokken publiek zorgt ervoor dat bezoekers zelf ambassadeur worden van Vis à Vis, online én offline.

Campagnes

We werken in onze onlinecampagnes met een duidelijke opbouw: eerst zorgen we dat mensen ons zien en leren kennen, daarna nodigen we ze gericht uit om kaarten te kopen. Die combinatie van zichtbaarheid en gerichte verkoop werkt goed. Mensen hebben vaak meerdere contactmomenten nodig voordat ze besluiten om te boeken, zeker bij een ervaring die je niet in één zin kunt uitleggen.

Via social advertising bereiken we nieuwe doelgroepen én kunnen we heel specifiek mensen benaderen die al interesse hebben getoond. Google-campagnes versterken dat effect, omdat we zichtbaar zijn op het moment dat mensen actief zoeken naar een uitje, openluchttheater of direct naar Vis à Vis. Juist die combinatie van inspiratie en gerichte vindbaarheid maakt dat deze aanpak effectief is en bijdraagt aan een stabiele kaartverkoop.

Deze online strategie werkt bovendien sterk in combinatie met onze outdoorcampagnes. Posters, abri's en andere zichtbare uitingen in de regio zorgen vooral voor merkherkenning en nieuwsgierigheid. Mensen zien Vis à Vis onderweg, onthouden de naam en komen vervolgens online in aanraking met onze campagnes. Daar vindt vaak de daadwerkelijke conversie plaats. De wisselwerking tussen zichtbaarheid in het straatbeeld en gerichte online opvolging versterkt elkaar en vergroot de impact van beide kanalen.

Vis à Vrienden

Het Vis à Vrienden-programma groeide in 2025 door naar 382 Vrienden (146 in 2024). Daarmee bouwen we niet alleen aan extra inkomsten, maar vooral aan een hechte community rondom Vis à Vis. Onze Vrienden voelen zich verbonden met het maakproces, volgen ons gedurende het jaar en fungeren als ambassadeurs binnen hun eigen netwerk. Zij zorgen voor mond-tot-mondreclame, brengen nieuw publiek mee en versterken de continuïteit van onze publieksbasis. De groei van het Vriendenprogramma laat zien dat Vis à Vis beschikt over een stabiele, loyale en betrokken achterban die niet alleen komt kijken, maar zich ook actief wil verbinden aan het gezelschap en haar toekomst.



Affiche Baby Blue. Vormgeving: StudioVeen

4.3 Publieksonderzoek 2025

Ook in 2025 voerden we publieksonderzoek uit naar herkomst, waardering, toegankelijkheid en bereik.

Herkomst en samenstelling publiek

Uit het publieksonderzoek blijkt dat Vis à Vis ook in 2025 een sterk landelijk bereik realiseert. Op basis van het ticketsysteem kwam 23% van de bezoekers uit Flevoland, waarvan 20% uit Almere. Daarmee is het aandeel Almeerders licht gestegen ten opzichte van 2024. De regionale spreiding bleef verder stabiel: bezoekers kwamen uit het hele land, met een lichte daling vanuit Amsterdam en een stabiel aandeel uit omliggende gemeenten.

40% van de bezoekers was jonger dan 40 jaar (33% in 2024). Daarmee zet de verjonging van het publiek door. 84% van de bezoekers had eerder een voorstelling van Vis à Vis bezocht, wat wijst op een sterke publieksbinding. Tegelijkertijd bereikte Baby Blue ook nieuw publiek: 15% had nog nooit een voorstelling van Vis à Vis gezien, wat een hoog percentage is na de enorme publiekstoeiname in 2024.

Vis à Vis maakt theater voor mensen die niet vaak met cultuur in aanraking komen. Ook dit jaar gaf 9% van het publiek aan in de afgelopen 12 maanden geen culturele activiteit te hebben bezocht. Een zeer ruime meerderheid (73%) van hen gaf na het bezoek aan Baby Blue aan dit het komende jaar wel van plan te zijn.

We blijven actief inzetten op het vergroten van onze lokale verankering. In samenwerking met The Red Herring en via de inzet van de Toegankelijkheidscoördinator bouwen we verder aan duurzame relaties met partners in de stad. Daarbij kiezen we bewust voor inhoudelijke samenwerkingen op basis van gedeelde interesses en waarden, in plaats van doelgroepen te benaderen op basis van kenmerken. Deze aanpak versterkt de verbinding met Almere en draagt bij aan een publiek dat steeds beter de diversiteit van de stad weerspiegelt.

Daarnaast hebben we in 2025 opnieuw ingezet op jonge bezoekers en gezinnen via de Kidsproof-inleiding. Voorafgaand aan een voorstelling organiseerden we een speciale, toegankelijke introductie voor kinderen en hun ouders, waarin zij werden meegenomen in het verhaal, de personages en het maakproces. Dit verlaagt de drempel voor jonge bezoekers en vergroot hun betrokkenheid bij de voorstelling. In totaal namen

202 kinderen en ouders deel aan deze inleidingen. We zien dat deze aanpak bijdraagt aan de verjonging van ons publiek en aan een positieve eerste kennismaking met theater.



Publiek op de Kidsproof-dag. Foto: Kimberley Vonk

Motivatatie en waardering

Bezoekers noemen als belangrijkste redenen voor hun komst: het eerder zien van een Vis à Vis-voorstelling, het verlangen om iets bijzonders mee te maken, een gezellige dag uit en de unieke locatie.

Doordat we in deze kunstenplanperiode inzetten op experiment en samenwerkingen namen we het risico dat de publiekswaardering ook anders zou zijn. De waardering voor de kwaliteit van de voorstelling was zeer divers waardoor we op een gemiddeld iets lager cijfer uitkwamen dan bij de reprise van Silo 8, maar nog steeds erg hoog.

Het bezoek aan Vis à Vis werd als volgt gewaardeerd:

Kwaliteit voorstelling	7,9
Locatie	9,1
Eten en drinken	8,3
Aankleding en inrichting	9,1
Bereikbaarheid	8,9
Communicatie	9
Gastvrijheid	9,1
Prijs/kwaliteit	8
Organisatie kaartverkoop	9

Media en zichtbaarheid

In 2025 was de landelijke en regionale pers aandacht voor Baby Blue groot en divers. In aanloop naar en na de première verschenen publicaties en interviews in onder meer de Volkskrant, Parool, Theaterkrant, De Groene, Theaterparadijs, Theater.nl en I Love Theater. Regionaal werd uitgebreid aandacht besteed door Almere Deze Week en 1 Almere.

Op radio en televisie waren er bijdragen bij Volgspot (KRO-NCRV), Het Gesprek en Opium (AVROTROS), Kunststof (NTR) en Omroep Flevoland. Omroep Flevoland volgde de productie meerdere malen en besteedde aandacht aan zowel het maakproces als de première. Ze maakten ook een integrale voorstellingsregistratie die met kerst werd uitgezonden.

De combinatie van landelijke kwaliteitsmedia, regionale zichtbaarheid en inhoudelijke interviews zorgde voor een brede positionering: artistiek serieus én toegankelijk voor een groot publiek. Deze media-aandacht droeg bij aan de kaartverkoop, maar vooral ook aan de verdere versterking van Vis à Vis als landelijke speler met een stevige worteling in Almere.

Toegankelijkheid en drempelverlaging

Samen met The Red Herring werken we structureel aan het verlagen van fysieke, sociale en financiële drempels. De Toegankelijkheidscoördinator onderzocht aanwezige belemmeringen en verbeterde onder meer de informatievoorziening en communicatie.

Uit publieksonderzoek blijkt dat een aanzienlijk deel van de bezoekers een fysieke, auditieve of visuele beperking ervaart. De tevredenheid onder deze groepen steeg opnieuw, wat bevestigt dat de verbeteringen effect hebben.

“Toevallig moesten wij op het laatste moment om een speciale zit plek vragen voor onze zoon die door een blessure op krukken liep. Dit werd FANTASTISCH goed voor hem geregeld. Snel opgepakt, duidelijk gecommuniceerd, erg goed opgelost. Onze dank is groot!”

“Ik had gisteren gebeld met de vraag waar ik mijn rollator kwijt kon. Werd direct een plaats voor mij op de 2e rij gereserveerd. Werd aangegeven door mijn naam. Nadien werd me de rollator bijna aangereikt. Overal bijzonder behulpzame mensen.”

Financiële toegankelijkheid blijft een speerpunt. In samenwerking met De Schoor en wijkteams stelden we kaarten beschikbaar voor Almeerders met een kleine beurs. Via de Welcome App bereikten we nieuwkomers met aangepaste informatie en een gereduceerd tarief.



Stichting 'Komt het Zien!' inleiding. Foto: Stefano de Smaele

Daarnaast blijven we werken aan structurele oplossingen. In dat kader is het vreugdevol dat onlangs de Stadspas in Almere is ingevoerd, iets waar we ons met allerlei partners in Almere jarenlang voor hebben ingezet.

Toegankelijkheidscoördinator

Vis à Vis heeft het afgelopen jaar de functie van Toegankelijkheids Coördinator (TC) verder ontwikkeld en verdiept. Een aantal processen was de afgelopen jaren al in gang gezet, waaronder de waardevolle samenwerkingen met o.a. Theater met Tolk en Komt 't Zien, die hebben bijgedragen aan een inclusiever Vis à Vis. Zowel op het terrein als inhoudelijk zijn stappen gezet om toegankelijker te worden voor publiek, en intern om meer ruimte te maken voor diversiteit en inclusie.

Wat voor de functie van Toegankelijkheidscoördinator begon vanuit een communicatieve behoefte (het bereiken van 'speciale doelgroepen') verschuift nu naar een bredere benadering waarin toegankelijkheid wordt gezien als essentieel onderdeel van beleid, processen en houding. Losse acties, zoals het aanbieden van gratis of gereduceerde kaarten, blijven belangrijk, maar maken Vis à Vis als organisatie niet automatisch toegankelijker. Vis à Vis heeft daarom dit jaar ruimte gegeven om toegankelijkheid organisatie breed te onderzoeken. De Toegankelijkheidscoördinator kon meedenken met verschillende afdelingen: van artistieke inhoud en randprogrammering tot publieksbenadering, sociale veiligheid en nieuwe initiatieven.

Wat publieksbereik betreft heeft Vis à Vis heeft een sterke en loyale achterban opgebouwd, maar die is op het eerste gezicht ook relatief homogeen. Dat roept vragen op over de keuzes en processen die daaraan ten grondslag liggen. We willen bestaand publiek niet verliezen door ons op nieuwe profielen te richten, maar juist verbreden. Dat betekent dat we onder andere in onze communicatie zullen gaan differentiëren in toon, context en kanalen, zonder onze signatuur te verliezen.

Samenwerkingen

Vis à Vis heeft een sterke verankering op lokaal, regionaal en nationaal niveau. De partnerships variëren van een inhoudelijke samenwerking op het gebied van programmering tot deelname in verschillende denktanks, besturen en stads/regionale marketing-instellingen als ook de banden met het lokale bedrijfsleven en zorginstellingen.

Artistieke samenwerkingen

De Leedbewakers, muziekensemble Black Pencil, Strandlab, Lichtkunsthuis Alluminous, Almere Vertelt, Stichting 'n Wilde Keuze, Stichting Flevour, Jurrian van den Haak, Mira Ticheler.

Maatschappelijke samenwerkingen

The Red Herring, Welzijnsorganisatie De Schoor, VMCA (Vrijwilligers en Mantelzorg Centrale Almere), Art Loca (kunstzinnige dagbesteding), Cultuurclub Duin, Pygmalion Poort.

Educatieve samenwerkingen

Om de nieuwe generatie in Almere kennis te laten maken met theater werken we op educatief gebied samen met het expertisecentrum voor kunst- en cultuuronderwijs Collage Almere, Basisschool De Zeeraket (Almere), Aeres College (Almere), het Arte College (Almere), Mediacollega (Amsterdam) en Hogeschool Windesheim (Almere).

Promotie

Op het gebied van promotie werkt Vis à Vis samen met Omroep Flevoland, Almere Deze Week, Visit Almere, Visit Flevoland, Almere City Marketing, Poortnieuws, Cultuur Werkt, Hogeschool Windesheim, Marina Muiderzand, Leonardo Hotels, Ibis Styles Almere, Festival Wonderfeel.



Scènefoto Baby Blue. Foto: Marinus Vroom



Scholieren van het Arte College bij Vis à Vis. Foto: Kimberley Vonk

Netwerkorganisaties

Directie Overleg Culturele instellingen Almere (DOCA), Werkgroep Podiumkunsten (DOCA), Overleg Marketeers Culturele instellingen Almere (MOCA), Vereniging Bedrijfskring Almere (VBA), Kerngroep Cultuur Poort, Netwerk Kustzone Almere Poort, Werkgroep Diversiteit & Inclusie (DOCA), Sectortafel Provincie Flevoland, Sectortafel Visit Flevoland, Kunstlink Flevoland, Vereniging Bedrijfskring Almere.

Bedrijfsleven

Onze sponsors: Urbain Trade, Van Der Spek Hoogbouw, Philipsen Elektrotechniek, Ampco Flashlight, Rataplan, BEO Nardo, BEO, Trekwerk, Logomotion, ABInBev, Sign en Meer en VHC Hocras.

Ook zijn we een geliefd bedrijfsuitje voor vele theaters en organisaties zoals Almere City Marketing, Railsport, de personeelsvereniging van de gemeente Almere, theater Orpheus. Onze leveranciers zijn veelal lokaal.



Hackathon voor MBO-studenten. Foto: Kimberley Vonk



Scènebeeld Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Fondsen

In 2025 heeft Vis à Vis wederom steun ontvangen van diverse fondsen, die cruciaal zijn voor onze activiteiten en randprogrammering. Naast bijdragen van het Fonds Podiumkunsten, Gemeente Almere en Provincie Flevoland, ontvingen we steun van het Blockbusterfonds, mede in de vorm van een garantiebijdrage. Fonds21 ondersteunt sinds dit jaar vierjarig ons educatieprogramma en dankzij een tweejarige ontwikkelingsbijdrage van het VSBFonds kan de artistieke programmering van The Red Herring ontwikkeld worden. Het Sociaal Fonds Podiumkunsten droeg bij aan de scholing van ons personeel, waardoor we ons team verder konden professionaliseren.

Vrijwilligers

Vis à Vis wordt gedragen door een betrokken groep van circa honderd trouwe vrijwilligers die zich op allerlei manieren inzetten. Van het begeleiden van het publiek en het vervullen van figurantenrollen in onze voorstellingen, tot het fungeren als enthousiaste ambassadeurs die ons werk onder de aandacht brengen in hun eigen netwerk. Hun toewijding en passie zijn een onmisbaar onderdeel van onze organisatie.



Vrijwilligers op het terrein. Foto: Richard Terborg

Organisatie

6 hoofdstuk

6.1 De belangrijkste ontwikkelingen van 2025.

Op weg naar een nieuwe Artistiek Directeur

In 2025 begon de zoektocht naar de nieuwe Artistiek Directeur. Afscheid nemen van de laatste oprichter, Marinus Vroom, betekent een nieuw hoofdstuk voor het gezelschap. De zoektocht begon met een fase van introspectie, waarbij het hele team van Vis à Vis gevraagd werd welke eigenschappen en kwaliteiten de nieuwe Artistiek Directeur zou moeten hebben. Maar ook werd gevraagd wat er van Vis à Vis behouden moet blijven en wat er kan vernieuwen als er iemand anders aan het roer komt. Ook werden er gesprekken gevoerd met andere gezelschappen die recent door zo'n transitie zijn gegaan. Op basis van al die input is een artistiek profiel tot stand gekomen en dat vormde de basis voor het selectieproces. Een personeelsvertegenwoordiging dacht tijdens de hele selectieprocedure mee en had een afvaardiging in de sollicitatiecommissie, waar ook een deel van de RvT zitting had en Algemeen Zakelijk Directeur Mascha Selhorst.

Aan het begin van 2026 werd bekend dat Annechien de Vocht, regisseur, mede-oprichter en artistiek leider van theatergezelschap YoungGangsters, vanaf 1 september 2026 de nieuwe Artistiek Directeur wordt bij Vis à Vis. Met haar jarenlange ervaring in het leiden van een succesvol gezelschap en met haar diepe affiniteit voor het genre van buitentheater en fysiek spektakeltheater vinden we in haar een artistiek leider die voortbouwt op de signatuur van Vis à Vis. Heel 2026 zal Marinus Vroom aanblijven om de lopende zaken te leiden en om met Annechien een warme, zorgvuldige overdracht te realiseren.

Traject van inbedding en borging

Met de zoektocht naar een nieuwe Artistiek Directeur bleek ook behoefte binnen het team om zaken die impliciet en in ontwikkeling waren, expliciet te maken en vast te leggen. Zo wordt er een protocol ontwikkeld om 'onvermijdelijk' risico binnen de voorstelling op zo'n

manier beheersbaar en controleerbaar te maken dat spektakel en fysieke stunts een kernonderdeel kunnen blijven van ons werk, ook in tijden waarin veiligheid – terecht – steeds strenger nageleefd wordt. We kijken hiervoor naar voorbeelden van bijvoorbeeld circusvoorstellingen en maken budget vrij om acteurs en technici te trainen en vroeg in het bouw- en repetitieproces tijd vrij te maken om stunts te prepareren.

Daarnaast is er een artistieke raad in het leven geroepen om de kennis en kunde die in alle gelederen van Vis à Vis aanwezig is, te betrekken bij overkoepelende artistieke zaken en om die te borgen voor de toekomst. De raad is raadgevend aan de Artistiek Directeur. Op dit moment bestaat de raad uit twee vaste acteurs/regisseurs, de huisdramaturg, een technicus en een decorbouwer.

Om de kennis en kunde optimaal in te zetten bij de voorstellingen is er sinds dit jaar een vast team van stagehands die samen de voorstelling op de vloer draaien, in nauwe samenwerking met de voorstellingsleider en licht- en geluidstechnici in de regiecabine. Onze stagehands zijn in de repetitie- en voorstellingsfase met al hun getimede technische inbreng echte medespelers van de cast. Hun specifieke kennis en ervaring van de werkvloer van Vis à Vis is zeer waardevol bij voorstellingen met steeds wisselende regisseurs en een palet aan (gast)spelers.



Backstage bij Baby Blue. Foto: Marinus Vroom



Cast, crew en kantoor team achter Baby Blue. Foto: Vis à Vis

6.2 Organisatie

Personeel

Het team is in totaal gegroeid van 26,07 FTE in 2024 naar 29,13 FTE in 2025

	2024	2025
Loondienst vast	6,23	8,31
Loondienst tijdelijk	9,34	9,96
Stage	1,2	3,27
ZZP	9,3	7,6
Totaal	26,07	29,13

Mede door de Wet DBA en omdat mensen zich graag aan ons verbinden zijn meerdere ZZP'ers nu in loondienst gegaan. Het personeel van Vis à Vis wordt ook ingezet voor activiteiten van zusterstichting The Red Herring. Die kosten worden doorbelast. Het aantal activiteiten van The Red Herring is gestegen, dus ook de inzet van personeel.

HR

Doordat we sinds 2024 elk jaar een nieuwe productie maken groeit de organisatie. Dankzij steun van Platform ACCT en de Regeling Versterken Personeelsbeleid konden we werken aan het verder professionaliseren van onze afdeling HR. Alle MT leden kregen al professionele en persoonlijke coaching door een externe coach. Dat is in 2025 uitgebreid naar niet-MT leden. Er kwam een HR-adviseur die hielp met het implementeren van een nieuwe HR-cyclus (jaargesprekken en tussentijdse gesprekken). Met deze coach is het personeelshandboek afgemaakt, werd er een ZZP-audit gehouden en begon de zoektocht naar HR software om te automatiseren en te professionaliseren.

Training

Daarnaast konden we ons team de mogelijkheid geven zich op persoonlijk en professioneel vlak te blijven ontwikkelen. Met hulp van het Sociaal Fonds voor de Podiumkunsten hebben zes medewerkers een opleiding

gevolgd, onder andere een Leiderschapstraining bij De Baak, de opleiding Persoonsgericht Projecten Leiden bij Van Harte& Lingsma, een leergang Publieksverbreding bij Cultuurmarketing door onze Toegankelijkheid Coördinator, een opleiding tot kraanmachinist door onze inspecient zodat hij taken kan overnemen van de twee andere kraanmachinisten en onze Hoofd Techniek heeft zijn examen VCA VOL (Veiligheid voor Operationeel Leidinggevenden) gehaald. Daarnaast was er een gezamenlijk coaching traject voor het hele MT. Dit jaar hadden we 10 stagiaires onder onze hoede, verdeeld over verschillende departementen.

Sociale veiligheid

Dit jaar volgde het voltallige Vis à Vis team de training 'Op het eerste gezicht' van Bureau Gelijke Behandeling Flevoland, over diversiteit en inclusie. Er was ook een teambrede training Feedback geven. Eind 2025 is er een medewerkerstevredenheidsonderzoek gehouden. De resultaten daarvan komen in de loop van 2026. In 2025 werden er twee gesprekken gevoerd met onze interne vertrouwenspersoon. Dit betrof één medewerker en ging over werkomstandigheden en workflow. Deze vragen hebben niet geresulteerd in een melding.

Huisvesting en omgeving

Ons naastgelegen Almeerderstrand is een zeer aantrekkelijke locatie voor allerlei festiviteiten in de zomer. Dankzij een goede verstandhouding met de Gemeente Almere is er al jaren sprake van een zorgvuldige afstemming van die activiteiten waardoor het aantal dagen dat wij in onze speelperiode niet kunnen spelen wegens overlast, minimaal is. In 2025 leek het erop dat de dagen van activiteiten op het strand uitgebreid zou worden, waardoor we nog minder zouden kunnen spelen. Maar door inspanningen vanuit Vis à Vis en de gemeente is het aantal te verplaatsen speeldagen weer teruggebracht tot het maximum van drie, wat voor ons aangeeft dat Vis à Vis van grote waarde blijft voor de stad.

6.3 Raad van Toezicht

Stichting Vis à Vis werkt vanuit een Raad van Toezicht-model. De Raad van Toezicht bestaat uit zeven leden die minimaal viermaal per jaar met het bestuur bijeenkomt om ontwikkelingen en vraagstukken te bespreken. De Raad van Toezicht heeft een adviserende en toezichthoudende rol in de bedrijfsvoering van Vis à Vis.

In 2025 bestond de Raad van Toezicht uit:

- Henk Schoute, voorzitter, voorheen directeur Zeeland Nazomerfestival, oprichter Over het IJ festival, diverse functies in de culturele sector zoals Raad voor Cultuur en Amsterdams Fonds voor de Podiumkunsten, voorzitter Vereniging van Buitentheaters.
- Harvey Lansdorf, zelfstandig adviseur sociale ondernemingen en mediator. Voorheen Senior Relatiemanager Financial Restructuring and Recovery, Rabobank Groep.

- Nanouk Grootendorst, Program Manager Social Entrepreneurship Rabobank Foundation. Daarvoor was ze werkzaam bij Mid-Market Acquisition Finance, eveneens bij Rabobank.
- Natalie Beckers, adjunct directeur en hoofd publieksinformatie van Multicultureel Podium Mozaïek. O.a. bestuurs- voorzitter van stichting Operatie Periscoo.
- Stijn Nijhuis, o.a. CEO Enreach B.V., RvT Almere City Marketing, RvA Almere City FC.

Toegetreden begin 2025 zijn Fatima Essahsah en Linda van Aalten.

- Linda van Aalten is Head of Corporate Communications bij Just Eat Takeaway.com (in Nederland bekend als Thuisbezorgd.nl) en heeft ruime ervaring in strategische communicatie en reputatiemanagement.
- Fatima Essahsah is ondernemer voor Bureau Yan en Stones Stories en heeft zich gespecialiseerd in talent- ontwikkeling, ondernemerschap en inclusie binnen de culturele en educatieve sector.

Naam	Toetreding	Eerste termijn (4 jaar)	Tweede termijn (4 jaar)
Nanouk Grootendorst	24 april 2018	24 april 2022	24 april 2026
Natalie Beckers	19 december 2019	19 december 2023	19 december 2027
Harvey Lansdorf	26 november 2020	26 november 2024	26 november 2028
Stijn Nijhuis	14 september 2023	14 september 2027	14 september 2031
Henk Schoute	1 januari 2025	1 januari 2029	1 januari 2033
Linda van Aalten	25 februari 2025	25 februari 2029	25 februari 2033
Fatima Essahsah	25 februari 2025	25 februari 2029	25 februari 2033

Verslag van de Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht heeft in 2025 vier keer vergaderd. Vaste agendapunten waren, management- en organisatie-update, financiën en checks and balances. De voorzitter heeft regelmatig gesprekken met directie/bestuurders en een keer per jaar een evaluatiegesprek. Eind augustus heeft Stijn Nijhuis tijdelijk het RvT voorzitterschap van Henk Schoute overgenomen vanwege privéomstandigheden.

De RvT heeft in het voorjaar van 2025 een zelfevaluatie gehad met als thema:

Het collectief functioneren van RvT.

Onderwerpen waren:

- Wat is het afgelopen jaar goed of juist minder goed verlopen en welke lering kunnen we hieruit trekken?
- Hebben we de juiste balans gevonden tussen afstand en betrokkenheid, tussen toezicht en advies?
- Is de samenstelling van de raad goed afgestemd op de behoeften van de organisatie?
- Is de effectiviteit van het toezicht goed genoeg? Hebben we grip op de organisatie, beschikken we over de juiste informatie, zijn de risico's goed ingeschat en hebben we deelbelangen goed afgewogen?
- Hebben we diepgaand, open en to the point gediscussieerd, is daarbij genoeg ruimte voor ieders mening en specifieke inbreng?
- Is onze toezicht(jaar)agenda nog steeds van toepassing of verdient deze nadere aanscherping?
- Hebben we onze vergadertijd effectief besteed en goed verdeeld over de belangrijkste onderwerpen?
- Is de externe verantwoording soepel verlopen ten aanzien van belanghebbenden?
- Hoe hebben de commissies gefunctioneerd ten opzichte van de totale raad?
- Hoe is het gesteld met het teamgevoel en het samenspel, met feedback en lerend vermogen?
- Zijn de leden nog steeds voldoende onafhankelijk, ook ten opzichte van elkaar?
- Is er aanvullende kennis nodig? Op welke terreinen gaan de ontwikkelingen zo snel dat aanvulling nodig is?

Een belangrijk onderwerp in 2025 was de werving en proces Artistiek Directeur. Als werkgever heeft de RvT hierin haar verantwoordelijkheid genomen en samen met directeur/bestuurder het proces begeleid.

Na de zomervakantie is de werving van de Artistiek Directeur gestart waarbij Stijn Nijhuis en Natalie Beckers namens de RvT betrokken waren, en uiteindelijk in 2026 is Henk Schoute hierbij weer aangehaakt. De procedure is zeer zorgvuldig opgezet door Mascha Selhorst na raadpleging van de RvT en de personeelsvertegenwoordiging. De vacature is zowel intern als extern uitgezet, waarop een groot aantal kwalitatieve reacties binnenkwamen. Hieruit werden zes kandidaten uitgenodigd voor de eerste ronde gesprekken.

Na deze eerste ronde zijn drie kandidaten doorgestroomd naar de tweede ronde. Na assessment en derde gesprek viel de keus op Annechien de Vocht waarmee Vis à Vis een zeer sterke kandidaat aan zich heeft weten te binden.

Als RvT zijn we continu goed op de hoogte gehouden en betrokken geweest bij elke stap in het proces en kijken we met tevredenheid terug op het wervings-traject en het uiteindelijke resultaat, waarbij we het bestuur willen complimenteren met een uitstekend verlopen procedure.

Tegenstrijdig belang

Bij de uitvoer van de rol als toezichthouder is in 2025 geen sprake geweest van tegenstrijdige belangen. Dat geldt ook voor de bestuurders.

Checks & 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.

6.4 Risicomanagement & SWOT-analyse

Voor het afwegen welke risico's Vis à Vis loopt hanteert de RVT een risicomatrix. Hierin wordt beschreven welke risico's zich kunnen voordoen, hoe groot de kans is dat een dergelijke situatie zich voordoet, wat de impact is en welke beheersmaatregelen genomen worden.

Aan de hand van de bevindingen over 2025 heeft Vis à Vis de sterktes en zwaktes en de verschillende stakeholders in kaart gebracht.

Sterktes

- Herkenbaar en onderscheidend artistiek profiel, gewaardeerd om de combinatie van verbeeldingskracht, maatschappelijke thematiek en publieksgerichtheid.
- Een loyaal en groeiend publiek dat betrokken is bij het gezelschap.
- Hecht team met gedeeld verantwoordelijkheidsgevoel, ondersteund door stabiele organisatie-infrastructuur en duidelijke taakverdeling.

Zwaktes

- Afhankelijkheid van één grote zomerproductie per jaar, waardoor de organisatie kwetsbaar is bij verstoringen.
- Hoge personele belasting tijdens productiepieken vraagt voortdurende aandacht voor duurzame inzetbaarheid en welzijn van medewerkers.
- Overgang naar een nieuwe Artistiek Directeur in 2026 kan tijdelijk leiden tot onzekerheid of veranderingen in processen en teamdynamiek.

Kansen

- Groeiend maatschappelijk belang van inclusiviteit, toegankelijkheid en participatie sluit aan bij de werkwijze van Vis à Vis en kan leiden tot nieuwe partnerschappen.
- Verdere ontwikkeling van De Rode Haring als culturele en maatschappelijke ontmoetingsplek biedt kansen voor publieksverbreding en seizoenverlenging.
- Structurele samenwerking met educatieve en maatschappelijke organisaties versterkt lokale verankering en toekomstbestendigheid.



Scènebeeld Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

- Aanstelling van een nieuwe Artistiek Directeur biedt ruimte voor vernieuwing, frisse ideeën en versterking van het artistieke profiel.
- The Red Herring (als locatiebeheerder van Vis à Vis) is in vergevorderd stadium met de gemeente om de definitieve inpassing van Vis à Vis te organiseren met een erfpacht van 50 jaar.

Bedreigingen

- Externe factoren zoals weersomstandigheden, economische schommelingen of onvoorziene uitval kunnen financiële risico's veroorzaken voor de zomerproductie.
- Toenemende financiële onzekerheden binnen gemeentelijk en nationaal cultuurbeleid kunnen de continuïteit van activiteiten op langere termijn onder druk zetten.
- Inflatie en stijgende kostprijzen in productie en techniek vragen scherp financieel beheer en dwingen tot stevige keuzes om artistieke ruimte te behouden.
- Veranderingen in mediaconsumptie en vrije tijdsbesteding bemoeilijken het bereiken van nieuwe publieksgroepen en vragen om voortdurende innovatie in publieksbenadering.
- Totdat de erfpachtovereenkomst gesloten is, zit Vis à Vis op een tijdelijke erfpachtovereenkomst tot en met medio 2029. In de tussentijd moet de inpassing (en ook verplaatsing van het podium van Vis à Vis) gerealiseerd worden.



Backstage bij Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

Beheersmaatregelen

Om de risico's te beperken en kansen te benutten, treffen we de volgende maatregelen:

1. **Projectmatige aanpak van de overgang naar de nieuwe Artistiek Directeur**
 - Duidelijk inwerktraject, inclusief kennisoverdracht en betrokkenheid van huidige directeur.
 - Geplande overlegmomenten met team en RvT voor begeleiding van de transitie.
2. **Financieel beheer en risicobeheersing zomerproductie**
 - Opstellen en monitoren van gedetailleerde budgetten.
 - Buffers opnemen voor onvoorziene kosten.
 - Actieve monitoring van externe risico's (weer, markt, economische situatie).
3. **Personeelsmanagement en duurzame inzetbaarheid**
 - Spreiding van werkdruk tijdens productiepieken.
 - Investeren in welzijn, opleiding en teamondersteuning.
4. **Strategisch publieks- en partnerschapsbeleid**
 - Nieuwe samenwerkingen op het gebied van educatie, participatie en maatschappelijke projecten.
 - Innovatie in publieksbenadering en marketingstrategie om bereik te vergroten.
5. **Governance en toezicht**
 - Periodieke updates aan RvT over strategische en financiële risico's.
 - Formele besluitmomenten voor grote investeringen en beleidswijzigingen.
6. **Vestiging en erfpacht**
 - The Red Herring en Vis à Vis zorgen voor voldoende inzet van gespecialiseerde partijen om dit juridische- en ontwerp- en bouwproces te begeleiden en doet dit in nauwe samenspraak met de Gemeente Almere.

6.5 Codes

Vis à Vis vindt de thema's fair pay, toegankelijkheid, transparantie, inclusie en duurzaamheid belangrijk en volgt de verschillende codes.

6.5.1 De Governance Code Cultuur Startpunt 2025

Op de acht principes van de Governance Code Cultuur wordt jaarlijks gereflecteerd en dat leidt tot nieuwe actiepunten. Om aan de eisen van de WBTR, de ANBI status en de Governance Code te voldoen zijn in 2022 de statuten van de stichting gewijzigd. Er zijn bepalingen opgenomen met betrekking tot onder andere aantal leden, termijnen, aftreden, taken en verantwoordelijkheden, informatievoorziening, besluitvorming, onafhankelijkheid, belangenverstremgeling en tegenstrijdig belang. Op basis van deze statuten is in 2023 een nieuw reglement voor de Raad van Toezicht én een nieuw bestuursreglement geformuleerd (die in januari 2024 officieel zijn vastgesteld). Daarnaast is een procedure vastgesteld voor het geval er sprake is van belangenverstremgeling. De samenstelling van de Raad van Toezicht, een aftreedrooster, een overzicht van nevenfuncties, het voorgaande jaarverslag en informatie over het beloningsbeleid zijn op de website gepubliceerd.

In 2025 bevond Theatergezelschap Vis à Vis zich in een periode van transitie. Een nieuw organogram met duidelijke rollen en taken moest worden geïmplementeerd, het MT was nog in ontwikkeling en leerde elkaar kennen, en de organisatie bereidde zich voor op de komst van een nieuwe Artistiek Directeur. Tegelijkertijd werd voor het eerst een grootschalige coproductie uitgevoerd en startte de artistieke raad als adviesorgaan. De organisatie heeft het jaar benut om governance te versterken op basis van de principes van de Governance Code Cultuur, met nadruk op rolhelderheid, goed werkgeverschap, transparantie en artistiek advies.

Doelstellingen 2026

In 2026 wordt de lijn van 2025 voortgezet door verdere professionalisering van de projectorganisatie, versterking van leiderschap binnen teams en blijvende investering in een open en veilige werkomgeving. Extra aandacht gaat uit naar:

- Het goed laten landen van de nieuwe Artistiek Directeur,
- Verdere ontwikkeling van de artistieke raad,
- Het borgen van duidelijke rollen, verantwoordelijkheden en communicatiestructuren binnen de organisatie.



Acteurs en techniek van de voorstelling, Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

6.5.2 Fair Practice Code

Het welzijn van mensen is niet alleen thema in de voorstellingen van Vis à Vis. Ook in de bedrijfsvoering hecht het gezelschap waarde aan solidariteit, transparantie, diversiteit, vertrouwen en duurzaamheid.

Startpunt 2025

- Fair Pay: Vis à Vis volgt de CAO Toneel en Dans. De verplichte verzekeringen zijn geregeld, we volgen de ARBO- en de Arbeidstijdenwet. In 2025 hanteerde Vis à Vis voor ZZP'ers een opslagtariet van 50%. Dit behelst volgens de berekeningen alle werkgeverslasten waar een ZZP'er zelf verantwoordelijk voor is.
- Fair Share: Bij het geven van opdrachten maken we duidelijke afspraken over auteursrechten.
- Fair Chain: We zijn lid van brancheverenigingen NAPK en VSCD en de vereniging openluchttheaters en werken zo sectorbreed en in solidariteit aan de naleving van de codes.
- We dragen premie af aan het Sociaal Fonds Podiumkunsten (SFPK) en bieden medewerkers de scholingsmogelijkheden en trainingen aan.
- Het gezelschap biedt plek aan stagiaires.
- Bij elke productie wordt een risico-inventarisatie en -evaluatie (RI&E) opgesteld en uitgevoerd.
- Er is een intern en een extern vertrouwenspersoon.

Acties 2025

- Alle MT leden kregen al professionele en persoonlijke coaching door een externe coach. Dat is in 2025 uitgebreid naar niet-MT leden.
- Dankzij een HR-voucher konden we HR-adviseur inhuren die hielp met het implementeren van een nieuwe HR-cyclus (jaargesprekken en tussentijdse gesprekken).

- Met deze coach is het personeelshandboek afgemaakt.
- Er werd een ZZP-audit gehouden in het kader van de Wet DBA, waarbij een risico-analyse werd gemaakt van welke functies een risico vormen.
- Met alle ZZP'ers zijn gesprekken gevoerd en er zijn functies uitgenodigd om in loondienst te gaan.
- De zoektocht naar HR-software is begonnen om te automatiseren en te professionaliseren.
- Met hulp van het Sociaal Fonds voor de Podiumkunsten hebben zes medewerkers een opleiding gevolgd.
- Daarnaast was er een gezamenlijk coaching traject voor het hele MT.
- Dit jaar hadden we 10 stagiaires onder onze hoede, verdeeld over de departementen regie, productie, kostuums, decor en marketing.
- Dit jaar kon het voltallige Vis à Vis team de training Feedback Geven volgen. Eind 2025 is er een medewerkerstevredenheidsonderzoek gehouden. De resultaten daarvan komen in de loop van 2026.
- Bij het opstellen van vacatures is extra aandacht uitgegaan naar Diversiteit & Inclusie. Middels de STARR-methode wordt op competenties in plaats van op andere criteria getoetst.

Reflectie

- We hebben gemerkt dat nog niet bij iedereen bekend is hoe ze de weg naar scholing kunnen vinden en dat daar meer begeleiding op nodig is.
- Er zijn grote stappen gemaakt met het in dienst nemen van ZZP'ers, daar moeten we alert op blijven en de wetgeving blijven volgen.
- Het functiegebouw heeft tot meer duidelijkheid geleid.

Doelstellingen 2026

- Voorzetten eerlijke betaling en vergoeding.
- HR-beleid verder professionaliseren en borgen. Samen met de HR-expert wordt gewerkt aan;
- Finetunen functiegebouw (bijlage bij het personeelshandboek)
- Kennis over wet- en regelgeving up to date houden.
- Advies HR expert opvolgen en schijnzelfstandigheid van ZZP-ers voorkomen door heldere contracten, jaarlijkse audits en risicoclassificatie. Indien nodig afspraken wijzigen dan wel een arbeidsovereenkomst aan te bieden.
- Medewerkers stimuleren meer scholing te volgen, betere informatievoorziening voor scholingsmogelijkheden.



Acteurs en technici achter Baby Blue. Foto: Marinus Vroom

6.5.3 Code Diversiteit & Inclusie

Bij Vis à Vis staan diversiteit, inclusie en gelijkwaardigheid centraal. Gedreven door de overtuiging dat theater toegankelijk moet zijn voor iedereen, zetten we stappen voor een actief anti-discriminatie- en antiracisme beleid. We streven naar een inclusieve omgeving waarin niemand, zichtbaar of onzichtbaar, bewust of onbewust, wordt buitengesloten. Dit streven geldt voor onze bezoekers, de spelers op het toneel én binnen de organisatie zelf. We erkennen dat inclusie een continu proces is en blijven ons inzetten om hierin te groeien. We zetten ons in om zowel voor als achter de schermen een organisatie te zijn die veilig is en waar ieders stem een gelijkwaardig onderdeel is van de keuzes die we maken. Vanuit ook een brede verantwoordelijkheid voor de stad, regio en omgeving zetten wij onze plannen kracht bij door duidelijke doelen en ambities te delen en op te stellen en daarop te reflecteren om ons hierin verder te kunnen blijven ontwikkelen.

Publiek

Startpunt 2025

- Vis à Vis beschikt over een sterke en loyale, maar relatief homogene publieksgroep.
- Er is in de afgelopen jaren al veel werk verricht om drempels te slechten (fysiek, sociaal, financieel) en er is inzicht verkregen in hoe verschillende doelgroepen bereikt kunnen worden.

Acties 2025

- Het afgelopen jaar hebben we door middel van gerichte acties en samenwerkingen een groter publiek mogen verwelkomen.
- Publieksenquêtes gaven inzicht in de zichtbare en onzichtbare drempels die sommige mensen ervaren. Al moeten we hier alert zijn dat we kijken naar gegevens van bezoekers, die al een drempel genomen hebben.
- Deze inzichten helpen ons bij het verder ontwikkelen van doelstellingen en acties om aantrekkelijk en relevant te zijn voor nog meer mensen.
- Onderzoek naar het verbreden van publieksbereik zonder bestaand publiek te verliezen, door differentiatie in communicatie (toon, context, kanalen).
- De Toegankelijkheidscoördinator volgde een leergang Publieksverbreding.

Partners

Startpunt 2025

- Duurzame en terugkerende samenwerkingen met partners zoals Theater met Tolk en Komt 't Zien, De Welcome App en Welzijnsorganisatie De Schoor

Acties 2025

- Intensieve voortgezette samenwerking met partners zoals Stichting 'Komt het Zien!', Theater met Tolk, de Welcome App en De Schoor.
- Deze samenwerkingen hebben bijgedragen aan een toegankelijker programma en een groter bereik.
- Bij de ontwikkeling van de randprogrammering rondom Carrousel (2026) zijn we al in 2025 intensieve artistieke samenwerkingen aangegaan met verschillende Surinaams-Nederlandse curatoren en makers zoals Shanella Bleecke en Cheriva Volney.
- Daarnaast werd begeleiding gevraagd van Wintipriester Marian Markelo en werden adviestrajecten opgezet met verschillende experts van Stichting Untold voor muziekcomposities en kostuumontwerp.

Personeel

Startpunt 2025

- Er is een werkgroep D&I opgericht die meerdere keren per jaar bijeenkomt.
- Verschillende kernmedewerkers hebben trainingen gevolgd en er wordt structureel advies ingewonnen bij Dander.
- We werken met de STARR-methode om wervingsprocessen inclusiever te maken.
- Bovendien is er actief gewerkt aan een veilige werkcultuur.
- Waarden en omgangsregels worden expliciet gecommuniceerd in productiegidsen, personeelsbeleid en interne communicatie.

Acties 2025

- Dit jaar kon het voltallige Vis à Vis team de training 'Op het eerste gezicht' volgen, over diversiteit en inclusie.
- Inzicht in – en aanpassing van teamsamenstelling. In de voorbereidingen op de voorstelling Carrousel in 2026 werd het belang van representatie vóór de speelvloer duidelijk. Als we o.a. vier acteurs van kleur van buiten het gezelschap vragen om op de speelvloer een verhaal te vertellen dat wortels heeft in een zeer beladen deel van onze koloniale geschiedenis (het tentoonstellen van mensen), dan moeten er behalve de regisseur ook andere makers en medemakers van kleur voor de speelvloer staan om te waarborgen dat alle perspectieven ook daar aanwezig zijn.
- De huisdramaturg besloot haar functie te delen met dramaturg Yahmani Blackman en voor regieondersteuning en advies werd regisseur Nita Kersten aangetrokken.



Figuranten in Silo 8. Foto: Marinus Vroom

Reflectie

Per 1 januari 2025 is Stefano de Smaele als Toegankelijkheidscoördinator aangesteld voor Vis à Vis. De Toegankelijkheidscoördinator heeft zich het afgelopen jaar ingezet om toegankelijkheid in de breedste zin te benaderen, waarbij dit in de kern raakt aan diversiteit en inclusiebeleid. Een belangrijke eerste stap hierin was om terug te gaan naar onszelf: hoe pakken we het nu aan en wat is er in die aanpak mogelijk niet toegankelijk? Voordat we ons publiek kunnen verbreden, is het belangrijk om scherp te krijgen wie ons huidige publiek is, welke profiel(en) daarbij horen en uit welke keuzes deze zijn voortgekomen. Om dit niet te laten leiden door aannames en het beter te kunnen onderbouwen, heeft de Toegankelijkheidscoördinator een driedaagse leergang Cultuurmarketing gevolgd ('Publieksverbreding: van strategie tot implementatie').

Vaak zien we dat doelgroepen worden ingedeeld op basis van wat mensen lijken te delen (zoals kleur, financiële draagkracht of mobiliteit), terwijl hun wensen en gedrag in de praktijk sterk uiteenlopen. Mensen met een kleine portemonnee bijvoorbeeld, worden daarbij snel als aparte doelgroep gezien. In dit specifieke voorbeeld benaderen wij financiële draagkracht daarom niet als een losstaand profiel, maar als een toegankelijkheidsvraagstuk binnen verschillende doelgroep profielen. Dit vormt voor ons een belangrijke stap om vanuit een inclusievere bril naar onszelf én naar de buitenwereld te kijken. Publieksverbreding begint voor ons daarom bij de vraag voor welke doelgroepen we relevanter willen worden en waarom. Vanuit die gedachte willen we dit concreter gaan aanvliegen met behulp van het Culturele Doelgroepenmodel (Rotterdam Festivals). Deze ontwikkeling valt bovendien mooi samen met een pilot in 2026 vanuit de Metropoolregio Amsterdam voor Almere, waarbij wij samen met meerdere culturele instellingen zullen aansluiten om beter inzicht te krijgen in het profiel van onze bezoekers.

Daarnaast merken we dat als de inhoud van de voorstellingen cultureel diverser van aard is (zoals Silo 8 en straks Carrousel in 2026), dat we op een organische manier de aansluiting vinden bij cultureel diverse partners, publiek en personeel. De zoektocht voor komende jaren is hoe we die aansluiting kunnen borgen in seizoenen dat de inhoud van de voorstelling minder over cultureel diverse thema's gaat.

Doelstellingen 2026

Door het onderwerp van de voorstelling in 2026 staan er veel samenwerkingen op stapel die qua publiek, partners en personeel een enorme verbreding van de diversiteit en inclusie mogelijk maken.

- Samenwerkingen met delen van de Almeerse Surinaamse gemeenschap die in 2024 bij Silo 8 begonnen, worden nu voortgezet.
- Nieuwe samenwerkingen met een jonger deel van de culturele voorhoede van Surinaams Almere worden aangegaan.
- We gaan weer werken met een uitgebreide rand-programmering (vormgeving, voorgesprekken, muziek, workshops) waardoor we de thematiek voor ons publiek verdiepen en nieuwe artistieke samenwerkingen aangaan met makers uit de Surinaamse gemeenschap.
- De thema's uit de voorstelling leiden bij alle afdelingen tot introspectie en concrete vraagstukken over culturele diversiteit, stemmen aan tafel en de eigen bias. We agenderen dit in gesprekken.
- We gaan in 2026 de eerste stappen zetten om inzicht te krijgen in hoe we drempelverlagend kunnen zijn voor het neurodiverse deel van ons publiek.
- We zetten onze samenwerkingen met Komt 't Zien en Theater met Tolk voort.
- Oprichting werkgroep Interactie en Inclusie om alle initiatieven vanuit het artistieke team, het educatieteam, de publieksbenadering en die van de toegankelijkheidscoördinator te bundelen en op elkaar af te stemmen.



Restaurant 'De Rode Haring'. Foto: Richard Terborg

6.6 Duurzaamheid

Vis à Vis maakt al jaren voorstellingen over urgente thema's zoals klimaatverandering, ecotoerisme en de stijgende zeespiegel. We voelen de urgentie van de klimaatproblematiek ook los van de thematiek van de voorstelling. Ook in de manier waarop we produceren

proberen we die betrokkenheid in praktijk te brengen. Door het gebruik van een eigen locatie voor decorbouw en opslag kan Vis à Vis materialen, decors en kostuums effectief recycleren.

De kantoren zijn gehuisvest in een energie-neutraal gebouw dat uitgerust is met zonnepanelen en een warmtepomp en afval wordt zo goed mogelijk gescheiden. Er wordt kritisch gekeken naar de inkoop en daar waar mogelijk wordt gerecycled.

Het restaurant De Rode Haring biedt uitsluitend vegetarische diners aan, gemaakt van lokale producten, zowel rondom de voorstellingen van Vis à Vis als bij de andere programmering of de verhuur. Vanuit het 'practice what you preach' principe voelt Vis à Vis een sterke verantwoordelijkheid voor het creëren van bewustzijn bij het publiek.

Daarnaast maakt zusterstichting Vis à Vis onderdeel uit van de Koplopersgroep Duurzaam Producenten van NAPK, waarmee zij zich committeert aan het verder verduurzamen van het productieproces. Deze pilot-groep werkt met het Theatre Green Book, een internationale standaard voor duurzame podiumkunst-producties – inclusief tools zoals de production calculator om CO₂ uitstoot inzichtelijk te maken.

In 2025 is Vis à Vis overgestapt naar afvalverwerker PreZero. In samenwerking met PreZero is een uitgebreid recycle- en afvalscheidingsplan opgesteld, gericht op het verder verminderen van restafval en het vergroten van hergebruik en hoogwaardige recycling. Binnen dit plan worden afvalstromen nauwkeuriger gescheiden en waar mogelijk circulair verwerkt. Een concreet voorbeeld hiervan is het hergebruik van koffiedik, dat niet langer als afval wordt afgevoerd maar wordt verwerkt tot zeep. Hiermee krijgt een dagelijkse reststroom een nieuwe, duurzame toepassing.

Dankzij een bijdrage uit de Subsidieregeling Duurzaam Maatschappelijk Vastgoed (DUMAVA) van Rijkdienst voor Ondernemend Nederland heeft Vis à Vis begin 2025 de theaterverlichting kunnen vervangen door LED lampen.

We zouden onze medewerkers en bezoekers graag stimuleren om met het openbaar vervoer te komen maar doordat de wijk waarin wij gevestigd zijn nog in aanbouw is, is de bereikbaarheid per OV niet afdoende. Hopelijk komt daar in de toekomst verandering in.



Financiële toelichting

Vis à Vis streeft naar een duurzame en stabiele financiële basis voor de organisatie en haar activiteiten. Daarbij is het van belang dat financiële risico's beheersbaar blijven en wanneer deze zich voordoen, kunnen worden opgevangen. De financiële administratie is professioneel ingericht en biedt door middel van duidelijke budgetverantwoordelijkheden en periodieke rapportages goed inzicht in de financiële positie van de organisatie.

7.1 Financieel resultaat

Het boekjaar 2025 sluit af met een positief resultaat van € 215.411. De totale baten bedroegen € 4.022.879 tegenover € 3.808.766 aan lasten. Daarmee kan worden geconcludeerd dat 2025 financieel een goed jaar is geweest voor Vis à Vis.

De inkomsten bestaan voor een belangrijk deel uit eigen inkomsten uit kaartverkoop, horeca en overige publieksgerelateerde opbrengsten. Met ruim 52.00 bezoekers voor de voorstelling Baby Blue wist Vis à Vis opnieuw een groot publiek te bereiken. Hoewel de publieksinkomsten iets lager lagen dan in het uitzonderlijk sterke jaar 2024, blijven zij de belangrijkste inkomstenbron van de organisatie.

Naast de eigen inkomsten ontving Vis à Vis structurele subsidies van het Fonds Podiumkunsten, de Gemeente Almere en de provincie Flevoland. Deze subsidies vormen een belangrijke basis voor de continuïteit van het gezelschap en maken het mogelijk om jaarlijks een grootschalige theaterproductie te realiseren.

Aan de lastenkant vormen de activiteitenlasten het grootste deel van de uitgaven. Deze hebben voornamelijk betrekking op de voorbereiding en uitvoering van de jaarlijkse productie. Daarnaast bestaan de kosten uit beheerlasten voor onder meer organisatie, huisvesting en ondersteuning van de activiteiten.

7.2 Risico's en reserves

Het productiemodel van Vis à Vis brengt van nature financiële risico's met zich mee. Jaarlijks wordt een nieuwe grootschalige voorstelling ontwikkeld, vaak in samenwerking met andere makers of gezelschappen. Daarbij werkt Vis à Vis regelmatig met regisseurs of makers die nog niet eerder een productie op deze schaal hebben gerealiseerd. Dit artistieke risico is een bewuste keuze en maakt deel uit van de vernieuwende werkwijze van het gezelschap.

In 2025 heeft deze aanpak met de voorstelling Baby Blue zeer goed uitgepakt, zowel artistiek als in publieksbereik. Tegelijkertijd blijft elke nieuwe productie een onderneming waarvan het resultaat vooraf niet volledig voorspelbaar is. Om deze risico's verantwoord te kunnen dragen, houdt Vis à Vis bestemmingsreserves aan. Deze reserves bieden ruimte om eventuele tegenvallers op te vangen en om noodzakelijke investeringen in materiaal, onderhoud en toekomstige producties te kunnen doen. Het positieve resultaat van 2025 is daarom grotendeels toegevoegd aan verschillende bestemmingsreserves en aan het eigen vermogen van de organisatie.

Door het aanhouden van deze reserves kan Vis à Vis blijven investeren in artistieke ontwikkeling en nieuwe samenwerkingen, terwijl tegelijkertijd de financiële continuïteit van het gezelschap wordt gewaarborgd. Tegelijkertijd blijft de financiële positie van Vis à Vis gevoelig voor externe factoren, zoals fluctuaties in publieksinkomsten, stijgende productiekosten en algemene kostenontwikkelingen. Het realiseren van een nieuwe grootschalige productie ieder jaar vraagt om een zorgvuldige balans tussen artistieke ambitie en financiële verantwoordelijkheid. De opgebouwde reserves vormen daarom een belangrijk instrument om de continuïteit van de organisatie te waarborgen en om ook in de toekomst ruimte te houden voor artistiek experiment, samenwerking en ontwikkeling.

Toekomst

hoofdstuk

8

We kijken uit naar Carrousel, de eerste grote regie van vaste Vis à Vis acteur Gerold Guthman en de bijzondere randprogrammering daaromheen. De artistieke activiteiten die zusterstichting The Red Herring ontplooiëde afgelopen jaar, kunnen komend jaar hun tweede run hebben waarbij we al het geleerde uit de eerste versies in praktijk kunnen brengen. Ook zijn we benieuwd naar hoe de uitbreiding van de educatieve tak z'n weerslag zal hebben bij de scholieren die bij ons op de tribune plaatsnemen. De voorbereidingen van de voorstelling van 2027 Shoot (werktitel) onder regie van vaste acteur Rutger Bouter zullen ook een groot deel van het jaar in beslag nemen. Script en decor worden ontwikkeld, de bouw begint dit najaar.

Daarnaast kijken we reikhalzend uit naar de komst van onze nieuwe Artistiek Directeur Annechien de Vocht in september en zullen we ons voorbereiden op het afscheid van oprichter Marinus Vroom als Artistiek Directeur. Gelukkig beginnen in 2026 ook de voorbereidingen op zijn eigen regie in 2028. Level 5 wordt het afsluitende deel van de drieluik Topolino (1990) en Robot (2019).



Campagne beeld Carrousel. Concept en foto: Richard Terborg

Marinus Vroom,
Directeur-bestuurder van Stichting Vis à Vis

Mascha Selhorst,
Directeur-bestuurder van Stichting Vis à Vis

A large, light blue stylized letter 'V' is centered on the page. A circular badge is positioned on the right side of the 'V'.

2025

visavis.nl

A solid light blue horizontal rectangular bar spans the width of the page near the bottom.