

# Meerjarenplan Burgerweeshuis 2026-2028





## Inhoudsopgave

Voorwoord	05	<b>6.0 Programma &amp; Publiek</b>	<b>35</b>
<b>1.0 Inleiding</b>	<b>06</b>	6.1 Artistiek en inhoudelijk	37
<b>2.0 Terugblik</b>	<b>09</b>	6.2 Publiek	44
2.1 Sterke thuisbasis	11	6.3 Samenwerkingen	48
2.2 Podiumfunctie en publieksbereik	12	6.4 Zakelijke samenwerkingen	52
2.3 Professionalisering van de organisatie	13	6.5 Marketing & Promotie	53
<b>3.0 Huidige situatie</b>	<b>14</b>	<b>7.0 Organisatie</b>	<b>56</b>
3.1 Politiek	16	7.1 Gezonde bedrijfsvoering	58
3.2 Huisvesting	18	7.2 Personeel en vrijwilligers	60
3.3 Het programma van eisen: functies en bouwtechnisch	19	7.3 Code Diversiteit en Inclusie	63
3.4 Droom	20	7.4 Fair Practice Code	65
<b>4.0 Toekomstbeeld</b>	<b>21</b>	7.5 Governance Code Cultuur	70
4.1 Missie & Visie	23	<b>8.0 Begroting</b>	<b>71</b>
4.2 Kansen en ambities	27	8.1 Meerjarenbegroting 2026-2028	73
4.3 Risico's, aandachtspunten en alternatieven	28	8.2 Subsidies en bijdragen	77
<b>5.0 Doelstellingen</b>	<b>30</b>	8.3 Eigen vermogen en weerstandsvermogen	80
5.1 Kerntaken	32		
5.2 Resultaten & Kwalitatieve inzet	33		
5.3 Voorgenomen prestaties	34		

# Voorwoord

Met grote trots presenteer ik u het meerjarenplan van het Burgerweeshuis voor de periode 2026-2028. Burgerweeshuis staat nooit stil. Elke week bewijzen we dat we een plek zijn waar muziek, mensen en ideeën samenkomen. Dat we in 2022 de titel Beste Podium van het Jaar ontvingen, was een prachtige erkenning voor de passie en het vakmanschap van ons team en onze vrijwilligers: de ruggengraat van onze organisatie.

De komende jaren staan voor ons in het teken van groei, vernieuwing en verankering. We werken toe naar nieuwe huisvesting die recht doet aan de ambities van Burgerweeshuis, de Gemeente Deventer en haar regio, zonder onze eigzinnige identiteit te verliezen. Want waar we ook staan, Burgerweeshuis blijft het Podium voor ander geluid, eigzinnig, inclusief, vernieuwend en van hoge kwaliteit.

Ons vertrouwen in de toekomst is groot omdat we weten dat ons fundament stevig is. We hebben een sterke positie binnen de muzieksector en het culturele ecosysteem, een bevlogen team van medewerkers, bestuur en vrijwilligers en een betrokken en divers publiek. Het is de liefde voor muziek die ons elke dag drijft en verbindt.

Samen met artiesten, bezoekers en partners kijken we uit naar de toekomst vol eigzinnigheid en lef, waarin we met overtuiging bouwen aan een levendige popcultuur in Deventer en ver daarbuiten.



*Thijs van Lier*

Directeur Burgerweeshuis

**B**

**1.0**

**Inleiding**

**Popmuziek is een van de meest invloedrijke en toegankelijke kunstvormen van deze tijd. Naast het grote bereik en laagdrempelige karakter dient popmuziek meerdere doelstellingen binnen het cultuurbeleid, zoals het verwerven van culturele competenties; het ontwikkelen van een persoonlijke en culturele identiteit; het versterken van vaardigheden om actief en volwaardig deel te nemen aan de samenleving; het stimuleren van creativiteit en individuele veerkracht en het ervaren van cultuur als een open podium én als spiegel van maatschappij.**

**Tekst:** Thijs van Lier  
Daniëlle Pieket Weeserik  
Job Rebergen  
Tom Zeeman  
Kristel Nijs  
Sammai Siahaija

**Opmaak:** Laure Haverkort

**Fotografie:** Anne-marie Kok  
Serge Hasperhoven  
Ton Ellenbroek  
Thijs Blom  
Rick de Visser  
Raymond Rothengatter  
Steven Lingbeek  
Jesse Wensing

Popmuziek verbindt, activeert en reflecteert. Daarmee is ze niet alleen een artistieke uitingsvorm, maar ook een krachtig instrument voor sociale en culturele ontwikkeling. Om deze reden is een poppodium veel meer dan een plek waar concerten en dansavonden worden georganiseerd. Als poppodium hebben wij een verantwoordelijke en maatschappelijke functie: we programmeren inclusief; ons aanbod is voor een divers publiek; we zijn er voor alle leeftijden, culturen en sociale klassen en we zijn laagdrempelig en toegankelijk.

Bovendien is popmuziek vaak de eerste stap in de carrière van een cultuurconsument. Ongemerkt zetten we 's ochtends de radio aan of wordt de favoriete speellijst afgespeeld via Spotify. Een doorgewone handeling bij het eerste kopje koffie. En dit gaat de

hele dag door. In de auto, in de supermarkt, het winkelcentrum, restaurant en café. Popmuziek is een constante culturele factor in onze levens.

Popmuziek kent daarnaast veel actieve beoefenaars. Talentontwikkeling en educatie vindt in alle fasen van de ontwikkeling van de popartiest plaats. Zowel vanuit het creërende als het receptieve perspectief is popmuziek diep verweven met het leven van de hedendaagse mens.

Aan ons, als aanjager van de gehele popcultuur, de taak om de natuurlijke verwevenheid van popmuziek in ons alledaagse leven te verbreden, te verdiepen, te verbinden en het talent daarin te etaleren en te laten excelleren.

Dat doen we in de eerste plaats door het toevoegen van het live-element. We brengen concerten en clubcultuur naar Deventer zodat je als 'fan' toegang hebt tot jouw favoriete artiest die je live kan zien en horen. Een volledige avond of nacht zijn onze bezoekers ondergedompeld in hun eigen beleving, muziekstijl of subcultuur. En juist dit is wat het publiek bindt. Door deze gezamenlijkheid in diversiteit creëren we als vanzelf een omgeving die veilig aanvoelt. Je kan jezelf zijn, nieuwe mensen ontmoeten of zelfs vrienden voor het leven vinden.

Tegelijkertijd dagen we onze bezoekers uit om ook nieuwe muziek te ontdekken. Denk aan ons internationale aanbod, opkomende artiesten, talent uit de stad en regio en niet-reguliere muziekgenres. Ons publiek staat hiervoor open: ze vertrouwen op het 'merk' Burgerweeshuis en laten zich graag verrassen.

De talenten uit onze eigen stal vormen binnen ons poppodium nog een andere belangrijke taak: we investeren in actieve muziekbeoefenaars. We zijn binnen educatie en talentontwikkeling actief in het kennismaken, ontdekken en ontwikkelen van jonge mensen op verschillende niveaus. Als regionaal poppodium fungeren we als kweekvijver en springplank.

Want weet; professionele artiesten ontstaan niet zomaar. Steuntjes in de rug, professionele coaching en een relevant netwerk zijn onontbeerlijk voor een talent om zich door te ontwikkelen tot een professioneel artiest!

Bewuste en onbewuste neveneffecten van ons poppodium liggen binnen de maatschappelijke en economische meerwaarde die we creëren door te doen wat we doen. We dragen bij aan de stad en de regio om Deventer tot een inspirerende plek om te wonen, werken en creëren te laten zijn. We stimuleren een bloeiend klimaat voor makers, ondersteunen mensen in hun ontwikkeling en veerkracht, en bouwen actief aan verbinding en gemeenschapszin.

Dit meerjarenplan is, voor de gehele beleidsperiode 2026-2028 geschreven voor onze locatie aan de Bagijnenstraat. Op het moment van schrijven van dit meerjarenplan staan we op het punt aan de verkenningsfase voor Po1D te beginnen. De haalbaarheid, planning en uitkomsten zijn daarmee nog te onzeker om dit mee te nemen in het meerjarenplan van Burgerweeshuis voor de periode 2026-2028.

**B**

**2.0**

**Terugblik**

**In ons meerjarenplan 2021-2024 hebben we onder andere gewerkt aan een sterke thuisbasis, de podiumfunctie, publieksbereik en de professionalisering van onze organisatie.**

Er zijn daarmee belangrijke stappen gezet in de opmaat naar een passend en groter poppodium voor Deventer en haar regio. Stappen waar we ook in de huidige locatie, activiteiten en bezetting baat bij hebben. De organisatie is volwassener geworden, ons profiel is scherper, we hebben lef en ondernemerschap getoond in coronatijd, we weten waar we voor staan én wat onze toegevoegde waarde is.

En dat viel op! De relaties met artiesten en boekers zijn versterkt, we zijn in staat geweest om grote fondsen en subsidies binnen te halen, denk daarbij onder andere aan tweemaal Kickstart Cultuurfonds, FCP Samen Cultuur Maken en de FPK-podiumregeling.

Onze omzet is in vier jaar tijd gegroeid met 1 miljoen euro, bezoekersaantallen zijn gestegen en we zijn uitgeroepen tot Beste Podium van het Jaar 2022 en wonnen daarmee het IJzeren Podiumdier uit handen van onze brancheorganisatie en -leden van de VNPF.





Underground Hardrave, 2024

## 2.1 Sterke thuisbasis

**De periode 2021-2024 werd gedomineerd door Corona én het dossier herhuisvesting. Het is dan heel erg fijn om, veelal met het besef achteraf, te hebben kunnen constateren dat poppodium Burgerweeshuis en vooral de mensen die daaraan bijdragen ontzettend veerkrachtig zijn. Wendbaarheid en weerbaarheid zijn ons op het lijf geschreven.**

We spraken in het meerjarenplan 2021-2024 over een sterke thuisbasis en vooral over de urgentie van het verkrijgen van passende huisvesting met dito subsidiehoogte. En nog steeds zijn dat de randvoorwaarden om kwalitatieve popcultuur te kunnen blijven bieden voor Deventer en haar regio met een divers en inclusief programma-aanbod.

Maar stenen en geld zijn nadrukkelijk noodzakelijke randvoorwaarden. De mensen die er werken én natuurlijk de liefde voor muziek, zijn essentieel en maken het een thuis. Mede dankzij onze vrijwilligers creëren we die sterke thuisbasis.

Corona bracht ons naast onzekerheid en stress ook de mogelijkheid tot creatief denken, menselijkheid, het onmogelijke mogelijk maken, tijd voor reflectie, uitzoomen, nieuwe kansen en mogelijkheden zien, onontdekte talenten benutten én altijd trouw blijven aan onze functie: een podiumplek voor artiest en bezoeker blijven bieden.

Het huisvestingsdossier kost onevenredig veel tijd en energie en is het goed dat we de afgelopen jaren parallel hebben gebouwd en geïnvesteerd in een sterk team en professionalisering van onze organisatie.

In deze vier jaar floreerde ons poppodium aan de Bagijnenstraat, in Burgerhaven, op pleinen en in parken, namen we het initiatief om het maakklimaat te versterken door de oprichting van muziekhub STROOM en vierden we ons 40-jarig jubileum in 2024 met bijzondere programmering en festiviteiten. Daarbovenop hebben we een volledige rebranding ondergaan in 2024. Met als resultaat een volledig nieuwe, frisse huisstijl en website die beter aansluit bij onze aangescherpte missie en visie en onze indentiteit.

Burgerweeshuis heeft de afgelopen jaren laten zien, ondanks de soms moeilijke situaties en tegenslagen, de rug te kunnen rechten en te doen waar het goed in is: kwalitatief goede shows neerzetten waardoor bezoekers en de industrie ons beter weten te vinden.

## 2.2 Podiumfunctie en publieksbereik

**De afgelopen jaren hebben we nieuw publiek aan ons weten te binden en hebben we na Corona een flinke groei doorgemaakt in bezoekersaantallen. We waren als partner in Deventer, maar ook richting de regio en landelijk, vindingrijk en zichtbaar in coronatijd.**

In die periode organiseerden wij seated Tuinconcerten, een pop-up poppodium Burgerhaven met nationale artiesten zoals WENDE, DeWolff en Spinvis, we waren een pilotpodium voor Testen voor Toegang en en organiseerden een volledig geregisseerde livestream van een albumrelease van de band Boogie Monster. Het gaf ons nieuwe energie en onze organisatie heeft aangetoond veerkrachtig en flexibel te zijn. Een grote kwaliteit, die ook nu nog in de dagelijkse praktijk aanwezig is.

Daarnaast hebben we andere, externe locaties tot unieke speelplekken getransformeerd, zoals Walhalla en Het Penninckshuis. Festival Hoogtevrees hebben we naar een hoger niveau getild. Dit kwam duidelijk naar voren in de beoordeling van de meerjarenaanvraag van Deventer op Stelten bij Fonds Podiumkunsten, dat Hoogtevrees als een belangrijk onderdeel van Deventer op Stelten noemde.

Gelieerde doelstellingen aan onze podiumfunctie hebben we dan ook ruimschoots behaald. Met als meest opvallende een groei van het aantal bezoekers van maar liefst 20% t.o.v. 2019. Wat achterbleef is de doelstelling verankering van beleid op talentontwikkeling. Dit blijft kwetsbaar georganiseerd en afhankelijk van projectmatig en incidenteel geld.

*“Onze taak blijft het brengen van popcultuur, in breedste zin van het woord, voor een breed en divers publiek.”*

## 2.3 Professionalisering van de organisatie

We zijn en maken op dit moment al deel uit van een ecosysteem in verschillende opzichten. Zo zijn we een belangrijke schakel in de popmuzieksector én beheersen we vele verschillende disciplines. We zijn al decennialang niet enkel een podiumkunstinstelling die zorgt voor 'artiest ontmoet bezoeker' en andersom. Wij acteren op veel breder gebied; we zijn namelijk een grote en actieve vrijwilligersorganisatie, horecaondernemer, productiemaatschappij, ontwikkelaar van talent, we onderwijzen en coachen, we zijn een evenementenorganisatie, community-bouwers, een broedplaats en een platform. We slaan een brug tussen maatschappelijke vraagstukken, bieden een netwerk, maken cross-overs en gaan innovatieve samenwerkingsverbanden aan.

Op tal van deze disciplines hebben we ons weten te ontwikkelen en professionaliseren, zonder de kern van ons bestaan uit het oog te verliezen. Organisatorisch zijn de meest opvallende ontwikkelingen: de digitalisering van financiële systemen en het implementeren van het (A-B-C) Iglo-model (een kwalitatieve toetsing van de bedrijfsvoering van culturele instellingen); een forse omzetgroei in de horeca en we hebben een flinke professionaliseringsslag gemaakt omtrent het beschrijven en borgen van beleid, onder andere op het gebied van arbobeleid en sociale veiligheid.



*De Nachtuin, 2025  
© Jesse Wensing*

**B**

# **3.0 Huidige situatie**



## 3.1 Politiek

**Het landelijke cultuurbestel 2025-2028 is de opmaat en overbruggingsperiode naar een nieuw cultuurbestel vanaf 2029. De impact van dit nieuwe cultuurbestel is nog niet duidelijk. Voor ons is en blijft het belangrijk om actief te zijn op de opengestelde subsidieregelingen van de Rijksfondsen, waaronder het Fonds Podiumkunsten en het Fonds Cultuurparticipatie. Denk aan de Podiumregeling inclusief productiebijdrage, Urban Talent, De FCP-regeling voor Co-creatie en de Muziekhubregeling (via het convenant Van Basis tot Booster, Oost NL).**

We zijn blij dat mede door een stevige lobby vanuit de gehele cultuursector, waaronder via onze branchevereniging VNPF, de voorgenomen BTW-verhoging van 9% naar 21% vanaf 2026 van de baan is. Dit zou het voortbestaan en zeker de toegankelijkheid voor de gehele cultuursector, dus ook voor het Burgerweeshuis, onder enorme druk zetten.



DeWolff, 2025  
© Anne-marie Kok

### Provinciaal

De provincie Overijssel onderschrijft met de titel van haar nieuwe vastgestelde Erfgoed- en Cultuurnota 2025-2028 'Morgen wacht niet' dat stilstaan achteruitgang betekent. De provincie staat voor het investeren in een wendbare en weerbare culturele sector.

Erfgoed speelt logischerwijs een grote rol in de nota, vanwege de wettelijke taak en het vaak bovenlokale karakter, evenals bibliotheken en cultuureducatie en -participatie. Voor wat betreft het cultuuraanbod en talentontwikkeling, prijzen we onszelf gelukkig dat de investeringen van de afgelopen jaren in de netwerkorganisatie Poppunt Overijssel en de talentontwikkelingstrajecten van de drie Overijsselse poppodia

Metropool, Hedon en Burgerweeshuis, als best practice worden aangehaald in de terugblik van de vorige beleidsperiode.

Daarmee hebben we ons ervan verzekerd dat we ook de komende jaren kunnen werken aan het versterken van de keten voor Overijsselse muzikanten onder de vlag van Poppunt Overijssel en de talenttrajecten, waaronder New Deventer Collective, SPEELDRANG en de Burger Beurs.



Daniel Romano's Outfit, 2025  
© Steven Lingbeek

### Lokaal

Met de nieuwe cultuurvisie 2025-2028 'Cultuur voor en door iedereen' geeft de Gemeente Deventer richting. Vanuit het Cultureel Perspectief 2030 ligt de focus op:

- In 2030 de meest aantrekkelijke woonstad van Nederland voor creatieve stedelingen te worden.
- Een stad van verhalen waarbij erfgoed veel aandacht krijgt en breder wordt geëtaleerd.
- Het vergroten van de maatschappelijke betekenis door te verbinden met andere domeinen.
- Een passend, gevarieerd en betaalbaar aanbod. Waarbij het totaal aan Kunst, Cultuur en Erfgoed deze inclusiviteit biedt. Niet elke culturele voorziening moet op elk deel van de bevolking gericht zijn.
- De inzet van cultuur ter bevordering van het creëren van veerkracht, ofwel de wendbaarheid en weerbaarheid van eenieder in de samenleving om in te spelen op veranderingen en nieuwe uitdagingen.
- Een stad die kansen biedt aan ondernemende en vernieuwende bedrijven, ingenieurs, informatie-specialisten, studenten en andere jonge talenten, bedenkers en makers.
- Mensen die zich bezighouden met ambacht, architectuur, design, media, kunst en cultuur, duurzaamheid, technologische ontwikkelingen en kennis, vanuit werk danwel in de vrije tijd.
- De creatieve stedeling. Dit is de doelgroep die we hard nodig hebben voor onze duurzame maak- en open informatiestad.

### De gemeente Deventer kiest daarbij voor de volgende pijlers:

Cultuur voor en door iedereen;  
Geworteld in stad en land;  
Een evenwichtig ecosysteem.

Het financieel perspectief geeft aan dat een stijging van het budget voor het programma Kunst, Cultuur en Erfgoed helaas niet mogelijk is. Binnen de huidige begroting van het programma is geen 'onbestede' ruimte die ingezet kan worden voor nieuwe ambities.

Ten gevolge van kostenstijgingen geeft de gemeente aan dat instellingen die dit raakt, in hun ambitie zullen moeten teruggaan om een sluitende exploitatie-subsidie te kunnen realiseren. Dit kan in voorkomende gevallen van invloed zijn op het invullig geven aan de culturele richting van de Gemeente Deventer.

## 3.2 Huisvesting

**De politiek is bereid om te investeren in nieuwe huisvesting voor de podiumkunsten in Deventer. De kaders zijn 37,5 miljoen euro voor zowel de Deventer Schouwburg (inclusief verhuurfunctie amateurkunsten) als poppodium Burgerweeshuis (inclusief BRUT en STROOM) met als locatie het pand van de huidige schouwburg, inclusief de aanpalende leegstand van het oude filmhuis en delen van No. 70 (voorheen Kunstcircuit) en de Iris kantoren.**

Voor poppodium Burgerweeshuis staat voorop dat er passende huisvesting komt voor de popcultuur, inclusief nachtprogrammering in Deventer en haar regio. Waarbij er recht wordt gedaan aan het zorgvuldig samengestelde programma van eisen conform de uitgebreide benchmark en marktanalyse en de opgestelde businesscase 2025-2029 (opgesteld in 2023) dat mede tot stand is gekomen met kennis en expertise van buitenaf én onafhankelijk is getoetst en positief is beoordeeld door Adviesbureau Berenschot.

Daarnaast is oog voor het historisch perspectief van 40 jaar popcultuur door Burgerweeshuis en de rol en betekenis daarvan in de landelijke popscene belangrijk. Popmuziek is een spiegel van de tijd: 40 jaar popcultuur heeft Deventer en haar regio niet alleen muzikaal verrijkt, maar ook sociaal, cultureel en economisch versterkt. Het is een fundament onder onze creatieve infrastructuur én een motor voor maatschappelijke ontwikkeling. Behoud van identiteit, zelfstandigheid, marktgerichtheid én een veerkrachtige organisatie zijn daarbij essentieel om te kunnen blijven voldoen aan onze missie, visie en kernwaarden en het realiseren van onze businesscase.

Onder deze bovenstaande voorwaarden - we moeten er qua huisvesting namelijk op vóóruit gaan - werken we constructief en inhoudelijk mee en stellen wij ons open voor kansen en mogelijkheden. Het betekent echter wel dat wij ook een verantwoordelijkheid hebben als zelfstandige stichting waardoor we alert blijven op kansen, risico's én praktische uitvoerbaarheid.

**Recent onderzoek heeft uitgewezen dat de Nederlandse popsector de komende jaren een duidelijke groei laat zien in het aantal bezoekers ([Dialogic.nl](https://www.dialogic.nl)). Dit, samen met de ambities van de stad en de gemeente Deventer, zijn kansen en mogelijkheden om Deventer nog steviger op de kaart te zetten, zowel landelijk als voor haar inwoners.**

Op de huidige locatie kampen we met verouderde faciliteiten, zoals de klimaatbeheersing in het pand, het pand is niet duurzaam en er is overlast voor de buurt. Het podium, de backstage en de zaal zijn inmiddels te klein geworden voor de huidige shows omdat bands vandaag de dag met meer materiaal en techniek werken. Boekers slaan ons soms over want er zijn betere alternatieven in de buurt, waar met een grotere zaal simpelweg meer verdiend kan worden.

Ook ten opzichte van regionale ontwikkelingen, waar Metropool uitbreidt met een locatie in Almelo, naast Hengelo en Enschede en Hedon de ambitie heeft om uit te breiden met grotere zalen, zijn hier kansen te pakken. Het pand aan de Bagijnenstraat heeft zeker haar charme en authenticiteit, maar aan de andere kant is het verouderd en te kleinschalig om de (toekomstige) inwoners van Deventer en de regio goed te kunnen bedienen.

### 3.3 Het programma van eisen: functies en bouwtechnisch

**Om de groei van Burgerweeshuis duurzaam te kunnen verwezelijken is een programma van eisen opgesteld. Hieronder staan de belangrijkste functioneel-ruimtelijke en bouwtechnische zaken die noodzakelijk zijn.**

**Een kleine zaal in combinatie met een grote zaal met bovenstaande capaciteit is passend bij de groeiambitie van de stad Deventer. Deze capaciteit is zorgvuldig afgestemd op de stad en regio. Een grotere zaalcapaciteit dan hiernaast beschreven zou bijvoorbeeld meer concurrentie van andere podia en kleinere bedrijfseconomische marges betekenen. Met bovenstaande schaalvergroting en betere voorzieningen kan een betere verhouding tussen inkomsten uit entreegelden en horeca versus subsidie worden gerealiseerd. Meer hierover is te lezen in de benchmark van Berenschot.**

- Grote zaal, box-in-box constructie met een capaciteit van 675-750 bezoekers en een kleine zaal, box-in-box constructie met een capaciteit van 275-350 bezoekers.
- Foyer annex café gericht op (licht) (on)versterkte muziek en horeca met een aangenaam verblijfsklimaat, goede logistieke verbindingen en bijbehorende faciliteiten waaronder toiletten en lockers.
- Het gebouw is logisch ingericht voor de verschillende gebruikers (publiek, artiesten, medewerkers). De routing is helder, waarbij wordt gestreefd naar korte looplijnen waar de verschillende gebruikers elkaar niet in de weg zitten.
- De laad- en losmogelijkheden zijn afgestemd op onze bedrijfsvoering op basis van 2 zalen. Een nightliner, toeleveranciers en meerdere bandbussen kunnen overdekt laden en lossen, er zijn opstellingsplaatsen en ze hebben directe aansluiting met de backstage en op gelijke hoogte van het podium.
- Bezoekers genieten van de optimale belevingswaarde van de zalen, met o.a. goede zichtlijnen richting het podium. Er zijn goede faciliteiten op het gebied van informatievoorzieningen, horeca, techniek en sanitair.
- Artiesten maken gebruik van goede podiumfaciliteiten; er zijn meerdere kleedkamers en een goede backstage waar de artiesten zich voor kunnen bereiden voor hun shows. Er is een goed geoutilleerde keuken waar gezonde maaltijden voor de artiesten bereid kunnen worden. De artiesten en hun medewerkers maken voor en na optredens gebruik van de artiestenfoyer als ontmoetingsruimte.
- Medewerkers en vrijwilligers doen hun werk onder goede arbeidsomstandigheden en arbeidsfaciliteiten.
- Talenten en scholieren kunnen terecht in onze zalen, oefenruimtes en producersruimte.
- De verschillende ruimtes zijn afzonderlijk geschikt voor zakelijke verhuur op momenten dat wij geen regulier programma hebben.
- Gewenste mede-gebruikers zijn: productiehuis BRUT (230m<sup>2</sup>) en muziekhub STROOM (400m<sup>2</sup>).

\* Bovenstaand programma van eisen is tot stand gekomen tijdens de verkenningsfase herhuisvesting Burgerweeshuis in 2022-2023. In samenwerking met Gemeente Deventer, Burgerweeshuis, 4Advies en Berenschot. Logischerwijs kent het programma van eisen een veel gedetailleerdere versie, inclusief ruimtestaat en bouwtechnische en akoestische rapporten. Deze informatie is gedocumenteerd en verkrijgbaar.



Danny Vera, 2024  
© Thijs Blom

## 3.4 Droom

**Burgerweeshuis opent haar deuren op een nieuwe locatie! Het is een plek die durft te vernieuwen zonder zichzelf te verliezen. Het pand is fris en toekomstgericht, maar ademt nog steeds die eigen, authentieke sfeer die ons zo kenmerkt. Hier geen standaard cultuurhuis, maar een podium voor popcultuur (inclusief clubnachten) met karakter, waar creativiteit de ruimte krijgt en het onverwachte welkom is.**

In de grote zaal staan internationale en nationale topacts. De tweede zaal biedt een intieme setting voor opkomend talent. Dit is een bewuste keuze, passend bij onze rol als springplank voor opkomend talent en gedurfde programmering. We blijven eigen in onze keuzes, met een programma dat verrast, uitdaagt en inspireert en waar de bezoeker uit de stad en regio zich thuis voelt.

Het gebouw is ontworpen als een multifunctionele plek voor muziekbeleving, ontmoeting en ontwikkeling. Er zijn studio's en oefenruimtes voor makers; meerdere concertzalen; een café-restaurant als ontmoetingsplek; ruimte voor residenties, samenwerking en begeleiding en kantoren waar onze professionals samen kunnen werken. Burgerweeshuis blijft laagdrempelig en dynamisch.

Overdag is er ruimte voor workshops en ontmoetingen, 's avonds voor concerten, en 's nachts voor een bruisend nachtprogramma. Het publiek stroomt binnen, geniet, beweegt mee met de muziek en sluit af in het café waar de avond nog even wordt doorgenomen.

Welkom in het nieuwe Burgerweeshuis. Een plek met lef, liefde voor muziek en een eigen gezicht. Hier begint de toekomst, met de vertrouwde energie van vroeger.

**Burgerweeshuis,  
podium voor *ander* geluid**

**B**

# 4.0 Toekomstbeeld



## 4.1 Missie & Visie

**Onze missie en visie is geactualiseerd naar het heden en gericht op een duurzame toekomst. Waarbij in de vorige periode nog ‘jongerencultuur’, ‘thuis’ en ‘groei’ centraal stonden, positioneren wij onszelf als dé pionier en dé professional op het gebied van popcultuur. Hieronder lees je onze missie, visie en onze rol en betekenis voor de stad en haar regio.**

### **Missie**

Als muzikale pioniers met de drang om ons eigen pad te volgen en nieuwsgierig te zijn naar het onbekende, programmeren we met lef. Dit doen we samen met ons publiek, onze artiesten, talenten en partners. Door samen te ontdekken, bewegen we mee met de veranderende samenleving. Zo blijven we een hedendaags en relevant alternatief bieden met een mix van concerten, clubnachten, talentontwikkeling en evenementen.

### **Visie**

Wij zijn Burgerweeshuis, al 40 jaar hét poppodium in Deventer én ver daarbuiten voor avontuurlijke muziek-liefhebbers die op zoek zijn naar een ander geluid. Als aanjager van popcultuur bieden we een professioneel podium dat een serieuze plek inneemt binnen de muziekwereld. Vanuit deze centrale rol stimuleren we verschillende initiatieven, gaan we samenwerkingen aan en steunen we ambitieus talent in hun ontwikkeling en zoektocht naar een eigen geluid en identiteit.

Burgerweeshuis is een open plek waar ruimte is voor zelfexpressie, diversiteit en ontwikkeling. Een thuisbasis voor verschillende (sub)culturen.

#### **De kernwaarden die daarbij horen zijn:**

Eigenzinnig  
Ontdekken  
Kwaliteit

### **Icoon in de stad én ver daarbuiten**

Als aanjager van popcultuur bieden we een kwalitatief sterk en divers programma aan voor muzikliefhebbers van alle leeftijden. Burgerweeshuis staat voor kwaliteit, eigenzinnig en ontdekken en heeft daarmee in de afgelopen 41 jaar een iconische status bereikt. Dit is onder andere te wijden aan onze programmajnen waar we al jaren om geroemd worden.

Maar om een icoon te blijven is er meer nodig dan alleen programma. We bereiken dat door onze kernwaarden verder door te voeren in locatie, productie, horeca, marketing en beleving. Oftewel een conceptmatige aanpak per productie. Zo weten we goed wat de (on)mogelijkheden zijn binnen ons pand en het zo goed mogelijk uit te nutten en te positioneren.

Aan de Bagijnenstraat vindt 80-90% van ons aanbod plaats. Tegelijkertijd maken we gebruik van externe locaties die passen bij het programma dat we bieden, zodat we van elke show iets unieks weten te maken. Denk hierbij aan Walhalla, Het Penninckshuis, onze Tuinconcerten of Festival Hoogtevrees in het Worpplantsoen.

Naast externe locaties weten we onze iconische status te behouden door opvallend en actueel artwork, sterke communities te bouwen binnen diverse subculturen, de beleving te versterken door sfeer verhogende aankleding en een afgestemd horeca-aanbod te bieden.



*“Zelfredzaamheid en cultureel ondernemerschap zit in ons pop-DNA”*

### **Een voorbeeldfunctie in cultureel ondernemerschap**

Vanuit de dynamiek en kracht van onze popsector wordt veel zelf bereikt; zelfredzaamheid en cultureel ondernemerschap liggen ten grondslag aan de popsector.

Een zelfstandig opererend poppodium of festival biedt grote voordelen boven gefuseerde of anderszins geïntegreerde functies in een cultureel gebouw of culturele parapluorganisatie. Dit heeft te maken met de risico's die worden genomen bij ieder programma. Er moet direct gereageerd en geanticipeerd kunnen worden (wendbaar en weerbaar). Dat vergt integraal management, een goed netwerk en zeer specifieke deskundigheid.



*New Deventer Collective, 2023  
© Rick de Visser*

Wanneer men daar voldoende professionele basis, zoals juiste accommodatie en passende subsidie, aan toevoegt, zorgen we er zelf voor dat de maatschappelijke waarden optimaal benut en ontwikkeld worden, er (nog meer) inkomsten uit de markt worden gegenereerd en er lokale creatieve bedrijvigheid ontstaat. Om die professionele basis te verkrijgen en te kunnen behouden is gelijkwaardige samenwerking met de gemeente essentieel.

Goed ondernemerschap is een essentieel onderdeel voor ons als culturele instelling. Burgerweeshuis laat al jaren zien dat cultureel ondernemerschap diep verankerd zit in onze organisatie. Niet alleen uit overtuiging, maar ook uit noodzaak.

Ondanks een relatief lage subsidie in vergelijking met andere deelsectoren; een beperking op de zaalcapaciteit en het ontbreken van duurzame voorzieningen, zorgen wij er al jaren voor dat we creatief en ondernemend zijn ingesteld. Op deze manier weten we met beperkte middelen goede prestaties te leveren. Deze creatieve en ondernemende houding zullen we ook de komende jaren blijven inzetten om zo veel mogelijk waarde te creëren.

Naast deze beperkingen, kampt Burgerweeshuis met aanvullende financiële druk. Extra lasten op onze begroting, zoals kosten rondom het huisvestingsdossier en het uitblijven van passende huisvesting, maken het noodzakelijk dat subsidiegevers bijdragen aan een eerlijke compensatie. Zonder deze ondersteuning komt onze continuïteit en maatschappelijke functie als poppodium onder druk te staan.



*“Poppodium Burgerweeshuis is dé plek waar jong talent kan groeien, experimenteren en doorstromen.”*

### **Broedplaats en springplank voor talent**

We hebben in al die jaren een trackrecord aan artiesten ondersteund. Dankzij onze programma's en investeringen in talent hebben wij actief bijgedragen en de voorwaarden gecreëerd die hen in staat stellen zich te ontwikkelen naar een professionele beroepspraktijk en zich nog steeds staande weten houden in de uitdagende en concurrerende muziekindustrie. Enkele voorbeelden hiervan zijn artiesten zoals Pjotr, Droom Dit en Bastian Benjamin.

Deze erkenning werd nog eens extra onderstreept door het juryrapport dat we ontvingen toen we werden uitgeroepen tot Beste Podium van het jaar 2022, waarin werd onderstreept dat Burgerweeshuis fungeert in het ecosysteem als springplankpodium voor talent.

Het begint allemaal bij 'zaaien'. We zorgen dat we zichtbaar zijn onder jongeren, veelal in samenwerking met het onderwijs, het jongerenwerk en Kunstcircuit. Je vindt ons actief en op regelmatige basis in scholen, buurthuizen, op straat en minstens zo belangrijk: op de socials.

Verdieping vind je bij ons in verschillende fases. Zo bieden we buitenschools aanbod op een laagdrempelige manier via Deventer Talenhouse in samenwerking met Raster, waar we jongeren de skills van rappen, produceren, songwriting en samenspelen bijbrengen.

Zien we daarbij potentieel talent of meldt deze zich zelfstandig? Dan bieden we speelplekken onder de naam SPEELDRANG en kunnen ze lid worden van het collectief New Deventer Collective. Ook is er de mogelijkheid om geselecteerd te worden voor de Burger Beurs, waarbij drie talentvolle acts een jaar lang worden ondersteund en gecoacht.

Daarnaast zorgen we ervoor dat alvast heel Overijssel de artiest in het vizier heeft. Via Poppunt Overijssel zorgen we voor nog meer speelplekken, zowel fysiek als in airplay. Via het kansenplatform Sonar, kunnen bands, DJ's en muzikanten zich aanmelden om geboekt te worden, deelnemen aan masterclasses, songcamps of zelfs worden geselecteerd voor de Playground Residence in Berlijn.

Aan nazorg doen we ook. Als opkomend artiest kan je gebruik maken van ons gehele netwerk. Denk aan programmeurs, lichtontwerpers, het schrijven van je biografie, doorstromen naar productiehuis BRUT, een afspraak met een geïnteresseerd management- of boekingskantoor óf zelfs dat plekje bemachtigen op de Popronde en/of Eurosonic Noorderslag.

In het convenant van Basis tot Booster, waarbij alle poppodia van Oost-Nederland, ArtEZ, productiehuisen, ontwikkelinstellingen en poppunten Overijssel en Gelderland zijn aangesloten onder de paraplu Muziekhub Oost, werken we samen aan een sterk popklimaat in Oost-Nederland.

## 4.2 Kansen en ambities

### Versterken van het maakklimaat

We zien grote kansen als het gaat om het versterken van het maakklimaat in Deventer, ook in relatie tot de toekomstige huisvesting waarin de samenwerking van poppodium Burgerweeshuis en de landelijke ontwikkel- en productieorganisatie BRUT versterkt kan worden bij het betrekken van het nieuwe cultuurgebouw als structurele gebruikers.

Popcultuur voert de boventoon. Samen met de muzikale community, die we onder de noemer STROOM samen met professionele muzikanten, BRUT en het management- en boekingskantoor IGNITE!! Music in de vorige beleidsperiode hebben ontwikkeld, ontstaat er een broedplaats voor popcultuur waar maken, produceren en presenteren onder één dak plaatsvindt. Een unieke kans om creatieve stedelingen te faciliteren en te binden aan de gemeente Deventer.



### Identiteit en een sterke organisatie

Cultureel ondernemerschap is een prominent onderdeel van ons DNA. Naast onze kernwaarden eigenzinnig, ontdekken en kwaliteit vormt dit onze identiteit.

Het bedrijfs- en verdienmodel van poppodia is essentieel. Naast onze commerciële activiteiten op tickets en horeca, werken we op dagelijkse basis met commerciële partijen, van boekingskantoren (denk aan: Mojo, Friendly Fire, Agents After All), tot labels en artistmanagers.

Een dynamische omgeving waar het aankomt op risico's durven nemen, kansen pakken, stevig te kunnen onderhandelen, uniek te durven zijn én dat zonder concessies. Dit maakt ook dat integraal management, oftewel: volledige bevoegdheid en verantwoordelijkheid over de eigen functie, doelen, processen, mensen en middelen essentieel zijn.

Burgerweeshuis heeft een duidelijk artistiek-inhoudelijke visie die aansluit op onze missie en visie. De gehele organisatie heeft als doel om de culturele doelstellingen mogelijk te maken en de resultaten te behalen, binnen de gestelde (financiële) kaders. Van programma en marketing, tot (pre)productie, van ticketing tot horeca, van medewerker tot vrijwilliger en van facilitaire zaken tot financiën.

Onze bedrijfsvoering is gericht op onze core-business en zorgt voor culturele en maatschappelijke meerwaarde met het best mogelijke resultaat.



## 4.3 Risico's, aandachtspunten en alternatieven

### Prijsstijgingen

De afgelopen jaren zijn veel kosten gestegen. Van de inkoop van de horeca, tot de fee voor de artiesten en van personeelskosten tot apparatuur. Deze kosten kunnen niet volledig worden doorgerekend naar onze bezoekers om, onder andere, de toegankelijkheid te behouden. Dit zet de exploitatie onder druk.

Recent onderzoek [Poppodia en Cijfers \(2024\)\\*](#) laat zien dat de popsector in Nederland in de lift zit, er landelijk gemiddeld genomen meer bezoekers naar concerten en festivals gaan en er gemiddeld genomen meer acts worden geboekt. Tegelijkertijd daalde het financiële resultaat vanwege stijgende kosten, wat weer een nadelig effect heeft op het ecosysteem van de sector en vervolgens weer op de maatschappelijke en economische waarde.

Specifiek voor Burgerweeshuis geldt dat het ontbreken van een passende investering en goede voorzieningen ons beperkt om op deze ontwikkelingen te anticiperen en ons verdienmodel hierop aan te passen. Daarnaast is een passende indexering noodzakelijk om de stijgende kosten, zo veel mogelijk, te compenseren.

[\\*vnpf.nl/content/uploads/2025/07/VNPF-POPPODIA-EN-FESTIVALS-IN-CIJFERS-2024.pdf](https://vnpf.nl/content/uploads/2025/07/VNPF-POPPODIA-EN-FESTIVALS-IN-CIJFERS-2024.pdf)

### Vertraging in het huisvestingsvraagstuk

Opnieuw (politiek) uitstel in de vereiste nieuwe huisvesting in een reëel risico. We zien veel kansen en mogelijkheden aan de Keizerstraat maar er moeten ook nog veel zaken onderzocht worden, zoals de vergunning voor nachthoreca en het moet blijken of het past binnen het aantal m2 en of het binnen het gegeven budget gerealiseerd kan worden. De verkenningfase zal daarin uitsluitsel moeten geven. We stellen ons constructief op maar bewaken ook onze identiteit, organisatie en doelstellingen. Het verleden heeft uitgewezen dat dit langlopende processen zijn.

### Verlenging aan de Bagijnenstraat

De maatwerkvoorschriften van de Omgevingsdienst IJsselland aan de Bagijnenstraat moeten worden verlengd voor de tijd dat we hier nog onze activiteiten uitvoeren. Anders komt ons businessmodel onder nog grotere druk te staan en verliezen we het momentum om uiteindelijk door te groeien naar een grotere locatie. Het vaste personeel heeft dan minder doorgroei-mogelijkheden en zal vertrekken, er zullen minder (grote) artiesten geboekt kunnen worden waarmee onze relatie met boekers en de branche verslechtert, onze bezoekersaantallen zullen dan afnemen en het wordt moeilijker om vrijwilligers te behouden en aan te trekken.



### **Injectie weerbaarheid en medewerking noodzakelijk**

De komende jaren blijven doen wat we doen heeft wel consequenties en gevolgen en kent enkele actiepunten:

- De projectsubsidie plankosten project Po1D moeten doorlopen zolang we nog in onze huidige locatie aan de Bagijnenstraat onze activiteiten uitvoeren en het herhuisvestingstraject loopt.
- De aanvullende budgetsubsidie moet worden verhoogd. Deze subsidie is vastgesteld in 2021 en wordt, vanwege het incidentele karakter niet geïndexeerd. De reden daarvoor is dat binnen onze locatie op de Bagijnenstraat ons verdienmodel niet meer kan groeien, maar de kosten verhoudingsgewijs wel blijven stijgen. Deze aanvullende subsidie moet voor 2026 opnieuw worden berekend (inclusief indexering vanaf de vaststelling in 2021) en vervolgens per jaar worden geïndexeerd.
- Het Meerjaren Onderhoudsplan (MJOP) moet worden uitgevoerd aan de Bagijnenstraat inclusief voorzien in goede arbeidsomstandigheden en met aandacht voor een adequate klimaatinstallatie in relatie tot de functie poppodium.
- De gemeente moet samen met Burgerweeshuis zorgdragen voor een transparant en goed perspectief voor de omwonenden van Burgerweeshuis.

### **De risico's van verlenging op de huidige locatie**

Een groot risico is dat de status van Burgerweeshuis binnen het poppodiumlandschap zal dalen. Het gevaar is dat artiesten en boekingskantoren vaker zullen kiezen voor andere poppodia vanwege achterblijvende voorzieningen waar muzikanten en boekers om vragen. Op dit moment kunnen we dit nog compenseren door de goede relaties die we hebben met de boekingskantoren, muzikanten en boekers en de creatieve oplossingen die we kunnen vinden maar de vraag is hoe lang we dit nog kunnen volhouden.

Een ander gevaar is dat opgebouwde kennis en expertise binnen het team af kan nemen door het vertrek van medewerkers omdat:

- Bij het uitblijven van nieuwe huisvesting het loopbaanperspectief van sommigen te lang op pauze staat
- Het werkplezier kan afnemen door de onrust die ontstaan door de onzekerheid rondom dit vraagstuk
- Het werkplezier kan afnemen door veranderende takenpakketten gericht op het huisvestingsvraagstuk.

**B**

# 5.0 Doelstellingen



## 5.1 Kerntaken

**Burgerweeshuis vervult een centrale rol binnen het culturele landschap van Deventer en de regio. Als poppodium zetten wij in op een breed scala aan kerntaken die direct bijdragen aan de doelstellingen van het cultuurbeleid.**

### **Programmering van live, club en talent: aanjagen van popcultuur**

Wij bieden een gevarieerd programma met concerten, clubavonden en evenementen, waarin zowel gevestigde artiesten als opkomend talent een podium krijgen. Met een spreiding over genres en publieksgroepen realiseren we een hoge publieksopkomst en culturele diversiteit in het aanbod.

### **Talentontwikkeling en educatie**

Burgerweeshuis investeert actief in jonge makers via coaching-trajecten, residenties en productiefaciliteiten. Artiesten krijgen bij ons de kans om hun eerste EP te ontwikkelen, podiumervaring op te doen en zich professioneel te oriënteren binnen de sector. Via workshops, schoolprojecten en masterclasses stimuleren we actieve cultuurdeelname. Jongeren ontwikkelen culturele competenties zoals creativiteit, samenwerking en zelfexpressie.

### **Publieksbereik en community building**

We bouwen aan een sterke relatie met ons publiek, waaronder jongeren, lokale gemeenschappen en nieuwe doelgroepen. Onze vrijwilligers vormen een betrokken community en dragen bij aan het kunnen functioneren van ons podium.

### **Culturele diversiteit, inclusie en participatie**

Onze programmering weerspiegelt de culturele rijkdom van de samenleving. We werken samen met verschillende partners die inclusie bevorderen en zorgen daarmee voor een toegankelijk aanbod voor uiteenlopende publieksgroepen.

### **Samenwerking binnen het culturele veld**

We onderhouden structurele samenwerkingen met festivals, culturele instellingen, organisaties en gemeenten. Gezamenlijke projecten versterken en verdiepen het regionale cultuuraanbod en vergroten het publieksbereik. Daarmee zijn wij een relevante speler in het culturele ecosysteem.

### **Duurzaam en toekomstbestendig opereren**

We investeren in energiezuinige apparatuur, ondernemen zoveel mogelijk circulair en hanteren de fair practice code. Onze organisatie is financieel gezond en werkt volgens principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

## 5.2 Resultaten & Kwalitatieve inzet

### 1. Programmering van live, club en talent: aanjagen van popcultuur

- Artistieke visie: programmering wordt samengesteld door een professioneel team met kennis van actuele muziekstromingen en publieksbehoeften.
- Netwerkontwikkeling: actieve scouting via festivals, boekingskantoren en showcases.
- Publieksgericht werken: gebruik van data en feedback om aanbod af te stemmen op diverse doelgroepen.

### 2. Talentontwikkeling en educatie

- Programma aanbieden binnen alle verschillende fases van talentontwikkeling.
- Partnerschappen: samenwerking met partners, waaronder muziekopleidingen zoals ArtEZ en lokale broedplaatsen voor doorstroming.
- Faciliteiten bieden zoals studio's, betere toegang tot repetitieruimtes, opnameapparatuur en technische ondersteuning.



### 3. Publieksbereik en community building

- Vrijwilligersbeleid: werving, training en begeleiding van vrijwilligers.
- Community-projecten: organisatie van laagdrempelige evenementen zoals open bijeenkomsten, thematische avonden en samenwerkingen met partners die een bepaalde community vertegenwoordigen.
- Publieksonderzoek: jaarlijkse enquête en het opzetten van focusgroepen om wensen en drempels in kaart te brengen.

### 4. Culturele diversiteit, inclusie en participatie

- Inclusieve programmering: actieve samenwerking met artiesten van diverse achtergronden.
- Partnerschappen: structurele samenwerking met organisaties zoals COC, Changing The Narrative, Buddy to Buddy en KOB.
- Toegankelijkheid en veiligheid: waarborgen van fysieke toegankelijkheid en training personeel op inclusieve communicatie en veilig uitgaan.

### 5. Samenwerking binnen het culturele veld

- Netwerkparticipatie: deelname aan regionale overleggen zoals Cultuur Overijssel en Deventer Cultuurclub.
- Gezamenlijke projecten: co-producties met organisaties zoals STROOM, BRUT en De Perifeer.
- Cross-sectorale samenwerking: verkenning van projecten met welzijnsorganisaties en onderwijsinstellingen, zoals Saxion, Raster en Kunstcircuit.
- Door deze samenwerkingen vergroten wij onze maatschappelijke en culturele impact en spelen we een grote rol in een dynamisch, inclusief en toekomstgericht cultureel ecosysteem.

### 6 Duurzaam en toekomstbestendig opereren

- Duurzaamheidsplan: implementatie van een meerjarenplan voor energie, afval en circulaire en vegetarische horeca.
- Meerjarige subsidies aanvragen voor talent, educatie en bevrijdingsfestival In Vredes Naam.
- Fair practice: toepassing van eerlijke tarieven, transparante contracten en sociale veiligheid.

## 5.3 Voorgenomen prestaties

In de tabel hiernaast worden de verschillende prestaties genoemd, verdeeld over de verschillende categorieën. Deze prestaties raken vaak meerdere resultaten, aangezien het programma van de activiteiten vaak samenhangt met publieksbereik en de samenwerking met eventuele partners. De kwantitatieve gegevens zijn de aantallen die wij verwachten te behalen in de periode 2026-2028.

Prestaties*	Kwantitatieve gegevens		
	2026	2027	2028
Aantal activiteiten Live (zaal & extern)	70	74	74
Aantal activiteiten Club (zaal & extern)	48	50	50
Aantal activiteiten Talent (zaal & extern)	65	68	70
Aantal activiteiten met een bijzonder karakter* & festivals	34	37	37
Zakelijke activiteiten	40	40	40
<b>Totaal aantal activiteiten</b>	<b>257</b>	<b>269</b>	<b>271</b>
Aantal betalende bezoekers Live	19118	19878	19878
Aantal betalende bezoekers Club	15903	16566	16566
Aantal betalende bezoekers Talent	852	892	918
Aantal betalende bezoekers bijzonder karakter* & festivals	807	990	990
<b>Totaal aantal betalende bezoekers</b>	<b>36681</b>	<b>38326</b>	<b>38352</b>
Aantal gratis bezoekers Live	4626	4890	4890
Aantal gratis bezoekers Club	2090	2140	2140
Aantal gratis bezoekers Talent	2497	2613	2689
Aantal gratis bezoekers bijzonder karakter* & festivals	11905	12340	12340
Aantal bezoekers zakelijke activiteiten	4344	4634	4634
<b>Totaal aantal gratis bezoekers</b>	<b>25461</b>	<b>26616</b>	<b>26693</b>
<b>Totaal aantal bezoekers</b>	<b>62142</b>	<b>64942</b>	<b>65045</b>
Aantal samenwerkingspartners	15	17	19
Aantal vrijwilligers	130	135	140

\* Onder programma met een bijzonder karakter vallen experimenten, samenwerkingen en innovaties

**B**

**6.0**

**Programma  
& Publiek**



## 6.1 Artistiek en inhoudelijk

**Burgerweeshuis onderscheidt zich door een diepgewortelde artistieke visie die verder reikt dan alleen het boeken van artiesten. Wij zetten sterk in op een totaalconcept waarbij locatie, sfeer en inrichting cruciale elementen vormen voor de algehele beleving van het publiek. Wij maken maatwerk voor elke band en de ambiance moet kloppen. Burgerweeshuis is dan ook niet slechts een plek waar muziek wordt geconsumeerd, maar een bestemming waar bezoekers volledig ondergedompeld worden in een artistieke en creatieve ervaring.**

Deze artistieke visie realiseren we door ons programma te toetsen aan onze missie, visie, kernwaarden en programmeringsprofiel. Onze programmeurs werken nauw samen met productie en marketing binnen het team van het Burgerweeshuis. Daarnaast luisteren we actief naar feedback van de diverse communities waarmee we samenwerken.

### Live

Burgerweeshuis staat bekend om zijn eigenzinnige en kwalitatieve programma-aanbod, met een sterke focus op het ontdekken van nieuwe muziek en artiesten die op het punt van doorbreken staan. Festivals als In Vredes Naam onderstrepen onze artistieke kernwaarden en laten zien hoe we ons blijven vernieuwen binnen het poplandschap.

Dankzij expertise, kennis en netwerk maken wij de groei mee met de artiest. Burger faciliteert een unieke speelplek in de voorfase van doorbreken, zoals Goldband, Tramhaus en Snelle. Onze artistieke visie, het herkenbare imago en de consistente programmering maken Burgerweeshuis, ondanks de beperkingen, tot een aantrekkelijk podium voor zowel nationale als internationale acts.

Voorheen bood Festival Hoogtevrees een podium voor 'global music', waarin gevestigde internationale niet-westerse namen werden gecombineerd met jong talent. Nu dit festival is weggefallen, programmeren we dit genre verspreid door het jaar in onze concertzaal. Hiermee spelen we in op een onderbelichte behoefte in Oost-Nederland.

Om onze popprogrammering te versterken en te verbreden, onderzoeken we jaarlijks hoe we optimaal gebruik kunnen maken van zowel interne als externe locaties. De afwezigheid van een volwaardige kleine zaal vormt hierin een gemis, aangezien deze essentieel is voor talentontwikkeling, publieksvernieuwing en doorstroming naar grotere zalen.

Door geluidsrestricties is het niet meer toegestaan versterkte muziek te programmeren in onze eigen ruimtes het Café en De Wonderbar. Deze twee ruimtes zijn alleen nog inzetbaar voor artiesten- en publieksruimtes, waardoor kleinschalige, intieme programmering op onze locatie niet langer mogelijk is.

Naast het feit dat de externe locaties een duidelijk profiel hebben waar niet elk genre of type artiest geprogrammeerd kan worden, is de sprong voor bijvoorbeeld mid-career muzikanten simpelweg te groot om in één keer van een capaciteit van 130 of 180 naar de huidige zaalcapaciteit van 450, of straks naar 675-750, te gaan. Dit 'gat' ondervangen wij door de box-in-box constructie met een capaciteit van 275-350 bezoekers op de nieuwe locatie.

Met onze inzet op externe locaties kunnen artiesten na verloop van tijd worden geïntegreerd in de reguliere exploitatie. Onze Tuin zien wij als een uitbreiding van onze zaalcapaciteit, waardoor we elk voorjaar grotere (internationale) artiesten en een meer divers programma kunnen aanbieden. Dit houdt onze relevantie naar boekers en management actueel en vergroot onze zichtbaarheid als podium.

*“Bij Burgerweeshuis is de energie tussen artiest en het publiek optimaal voelbaar. Je kunt de artiest soms aanraken...”*





**Capaciteit aantal personen & profiel:**

**Concertzaal Burgerweeshuis**

Capaciteit: 450 personen

Profiel: Live, Club, Talent

**Tuin Burgerweeshuis**

Capaciteit: 700 personen

Profiel: Festivals & (Internationale) Artiesten

**Walhalla**

Capaciteit: 130 personen

Profiel: Jongeren & Talent

**Het Penninckshuis**

Capaciteit: 180 personen

Profiel: Lichte muziek

**Burnside**

Capaciteit: 150 personen

Profiel: Broedplaats & Alternatief

**Walhalla, Het Penninckshuis en Burnside**

Na succesvolle pilots zetten we de samenwerking met Walhalla structureel voort. We programmeren hier de workshops van Deventer Talenthouse en NDC, wat ruimte creëert in de grote zaal en de betrokkenheid van jongeren vergroot. We dragen gezamenlijk verantwoordelijkheid voor het programma, wat zorgt voor meer draagvlak binnen de jongerencultuur.

Vanaf het nieuwe seizoen organiseren we maandelijks een hardticket-event bij Walhalla, gericht op jong publiek. Dit vergroot de spreiding en diversiteit van ons aanbod.

Het Penninckshuis blijft ook komend seizoen een vaste locatie binnen ons programma. De unieke sfeer en waardering van artiesten dragen bij aan een sterke publieksbeleving. Dankzij enkele duurzame aanpassingen blijven de productiekosten laag en de ticketprijzen toegankelijk.

Met één à twee shows per maand is deze locatie een waardevolle aanvulling binnen het segment lichte muziek en draagt het bij aan de verbreding van ons aanbod.

Vanaf seizoen 2025–2026 starten we een structurele, nieuwe samenwerking met Burnside, dat zich de afgelopen jaren sterk heeft ontwikkeld. In oktober beginnen we met try-outconcerten in opkomende genres als punk, shoegaze en hiphop, gericht op jongeren.

Deze samenwerking biedt kansen om nieuwe doelgroepen te bereiken en Burnside te positioneren als broedplaats voor alternatieve muziek. Gedurende het seizoen bouwen we dit verder uit met regelmatige programmering, waarmee we ook het netwerk van Burgerweeshuis versterken.

*“Van elektronische muziek tot hiphop en van revival tot guilty pleasures: elke clubavond is een unieke ervaring voor ons publiek.”*

### **Club**

Met onze programmajlijn club streven we naar een diverse en innovatieve programmering. ‘De nacht’ is een belangrijk onderdeel van popcultuur en daarmee onontbeerlijk en onlosmakelijk verbonden aan Burgerweeshuis. Hiermee trekken we een breed en zeer divers publiek aan, waarbij zowel internationale gevestigde artiesten als opkomend lokaal talent de ruimte krijgen.

Burgerweeshuis richt zich op diverse publieks-groepen: zo is er ruimschoots aanbod voor de 30/40-plusser met dansavonden VroegZat, Disco Lovers, Vediland en Altooooooh!, zijn de genres ‘urban’ en niet-westerse genres zoals amapiano, afrohouse en afrobeat vertegenwoordigd in Entourage.

Ook staan er relevante en actuele artiesten in onze zaal bij De Nachttuin en de door ons succesvol ontwikkelde clubnachten Nachtparlement en Hacienda. De komende jaren willen wij onderzoeken of wij programma voor 16+ en ouderen kunnen ontwikkelen en ons richten op samenwerking met partners om diversiteit en inclusie te bevorderen.

Ons streven naar een goede balans tussen artistieke programma’s en commerciële levensvatbaarheid blijft een speerpunt. We combineren commercieel aantrekkelijke evenementen met inhoudelijk rijk (club) culturaanbod, wat bijdraagt aan het succes en de relevantie van ons podium.





#### Onze focus ligt op:

- Genrediversiteit: van elektronische muziek tot hiphop en *Guilty Pleasures*: we bieden een gevarieerd aanbod voor iedereen.
- Creatieve concepten: unieke thema-avonden en samenwerkingen met lokale partners zorgen voor vernieuwende avonden.
- Opkomend talent: we bieden een podium aan nieuwe artiesten en zetten onze expertise en ervaring hierbij in.
- Monitoring & flexibiliteit: We volgen trends en initiatieven in de lokale en landelijke scene om ons programma actueel en inspirerend te houden.
- Feedback & evaluatie: We luisteren naar ons publiek en verbeteren continu op basis van hun input.

Ook op het gebied van clubnachten gaan we strategische samenwerkingen aan buiten onze eigen organisatie, met als doel de clubcultuur verder te ontwikkelen. Een voorbeeld van onze strategische samenwerkingen is Perifest, georganiseerd in samenwerking met podium De Perifeer en cluborganisator Nachtparlement. Dit experimentele muziekfestival wordt jaarlijks gecureerd en benadrukt ons streven naar vernieuwing en samenwerking binnen de muzieksector.

Om de clubcultuur in Deventer in stand te houden is het noodzakelijk een broedplaats te faciliteren. Met onze expertise en ondersteuning aan jongere dansorganisatoren en dj's, bieden wij jonge makers de ruimte

om gebruik te maken van onze kennis, faciliteiten en netwerk. Deze onderdelen zijn essentieel om nieuwe concepten te kunnen ontwikkelen, een professionele carrière te starten, een community te bouwen en dóór te groeien. Dit zal de diversiteit in de stad en de ontwikkeling van de clubcultuur sterk bevorderen.

**Ook voor het clubprogramma geldt dat met het ontbreken van een kleinere zaal de stap voor beginnende dj's, niche-genres en nieuwe dansorganisatoren naar onze zaalcapaciteit te groot is. Dit belemmert de groei en de doorstroom van deze artiesten.**

## Talent

Ongeacht achtergrond, opleidingsniveau of financiële situatie moet iedereen de kans krijgen om deel te nemen aan populaire cultuur: van pop en elektronisch tot urban en hiphop. We richten ons op jongeren die intrinsiek gemotiveerd zijn om hun talenten te ontdekken en ontwikkelen. Daarom worden de activiteiten buiten schooltijd aangeboden, maar wel actief onder de aandacht gebracht via scholen en jongerenwerk.

Daarnaast geloven we in het belang van wendbare en weerbare creatieve talenten. Artiesten in spé en muziekprofessionals die zich ontwikkelen binnen deze trajecten dragen bij aan de vernieuwing en verduurzaming van het popculturaanbod. Ze groeien uit tot zelfstandige ondernemers die hun plek in de maatschappij weten te vinden en behouden.

We zien muzikanten en creatieve professionals als waardevolle krachten in het aanpakken van maatschappelijke vraagstukken. Hun vermogen om anders te denken, te inspireren of juist afleiding te bieden, helpt impasses en polarisatie te doorbreken. Tegelijkertijd draagt deze maatschappelijke betrokkenheid bij aan sociaal ondernemerschap en een gezonde financieringsmix, waardoor muzikanten ook financieel weerbaarder worden.

*“In onze visie op talentontwikkeling binnen de popcultuur streven we naar een gelijk speelveld voor alle jongeren.”*



## De pyramide van talentontwikkeling

Poppodium Burgerweeshuis werkt al enkele jaren met een talentontwikkelingspyramide. Deze methodiek wordt gehanteerd door meerdere poppodia en talentnetwerken in Oost-Nederland waardoor talenten uit de regio dezelfde kansen en mogelijkheden hebben binnen de talentketen. Onze projecten en programma's zijn in drie verschillende fases met bijbehorende doelstellingen in te delen.

### Fase 1 Ontdekken:

#### **talent ontdekken en wegwijs maken**

Jongeren met intrinsieke motivatie krijgen coaching, doen eerste optredens en maken gebruik van oefenruimtes. Ze bouwen netwerk op via collectieven, jams en vooropleidingen.

### Fase 2 Ontwikkelen:

#### **de ondersteuning van potentiële professionals**

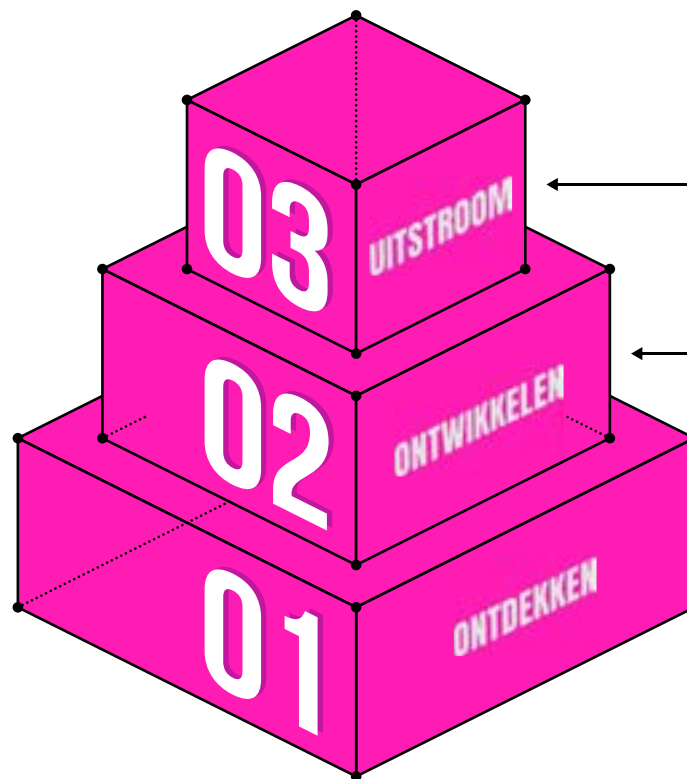
Talent met professionele ambitie krijgt ondersteuning in artistieke en zakelijke groei. Poppodia en opleidingen helpen via beurzen, showcases en netwerkuitbreiding.

### Fase 3 Uitstroom:

#### **veilige uitstroom naar de muziekindustrie**

Professionals werken samen met de muziekindustrie. Het publieke ecosysteem bewaakt artistieke, zakelijke en juridische voorwaarden voor duurzame carrières.

In alle projecten worden oud-deelnemers weer ingezet om jongeren te begeleiden en te coachen. Zo blijft kennis en expertise gewaarborgd binnen het model.



### Top:

#### **Talentontwikkeling (potentiële professionals)**

- Burger Beurs alumni
- EP/Album releases
- Nieuwe makers regeling

### Keten:


#### **Talent ontdekken en ontwikkelen**

- Burger Beurs
- New Deventer Collective
- SPEELDRANG

### Basis:

#### **Cultuureducatie en -participatie**

- Deventer Talenhouse
- Cultuureducatie & participatie



Burgerweeshuis is een belangrijk podium voor Deventer en de omliggende regio. Voor concerten ligt de gemiddelde leeftijd van ons publiek rond de 43 jaar, terwijl het clubprogramma vooral bezoekers van rond de 25 jaar trekt. Bezoekers komen voornamelijk uit Deventer en omgeving, maar bij specifieke evenementen en niche-concerten weten ook mensen uit de Randstad en Duitsland ons te vinden.

## 6.2 Publiek

Dankzij ons ticketingsysteem Stager hebben we nauwkeurige data over onze bezoekers, zoals leeftijd, genrevoorkeuren en herkomst. Deze informatie gebruiken we om ons publiek beter te kunnen bedienen en te bereiken.

### Voor de komende jaren zien we uitdagingen en kansen op het gebied van publieksontwikkeling:

- **Vergrijzing:** de leeftijd van ons concertpubliek ligt al relatief hoog en zal waarschijnlijk verder stijgen. Dit biedt mogelijkheden om ons publiek uit te breiden binnen deze doelgroep.
- **Verjonging:** we weten goed de jongeren te bereiken binnen ons clubcultuur aanbod. We willen met deze doelgroep verdiepen, door ze te betrekken bij ons concert- en festivalprogramma.
- **Prijsstijgingen:** landelijke prijsstijgingen maken het lastiger om kaarten te verkopen. We werken al samen met CJP en we onderzoeken mogelijkheden voor social ticketing en abonnementen zoals een vriendenpas.
- **Locatie:** door de verouderde faciliteiten kunnen we moeilijk concurreren met de technische en productionele innovaties van andere podia. Ondanks dat ons monumentale pand een unieke concertbeleving biedt met een 'old school'-gevoel, dat door artiesten en bezoekers wordt gewaardeerd zet de huidige locatie het bedrijfsmodel zwaar onder druk door de lage capaciteiten en de beperkingen in het pand en op deze locatie.
- **Regionale omgeving:** in het advies van de Raad voor Cultuur, 'Toegang tot cultuur. Op weg naar een nieuw bestel in 2029', zijn we verheugd te lezen dat er meer aandacht uit moet gaan naar de verschillende regio's van het land. Daar waar de Raad voor Cultuur adviseert voor meer aandacht voor regio's, zien wij het vervolgens als onze verantwoordelijkheid én kans om ons aanbod toegankelijker te maken voor de regio, kernen en dorpen rondom Deventer.

We streven, zoals hierboven vermeld, naar verbreding bij ouderen (55+) en een verdieping binnen de jongeren-doelgroep (16-35 jaar). We zien de vergrijzing dus niet alleen als een uitdaging, maar ook als een ambitie voor het verbeteren van de toegankelijkheid. We zoeken verbreding in de doelgroep 55+. Deze doelgroep is groeiende vanwege de vergrijzing en kansrijk door de opkomende prijsstijgingen, omdat deze doelgroep doorgaans een hoger bestedingspatroon kent.

Een andere ambitie ligt binnen de doelgroep jongeren (16-35 jaar). Deze doelgroep bezoekt voornamelijk het nachtprogramma. Een ambitie is deze groep te verdiepen door ze (een selectie van) het concertprogramma aan te bieden via de juiste kanalen en om speciaal programma te bieden voor deze doelgroep.

Dankzij de verzamelde data kunnen we onze bezoekers beter binden en terug laten komen. Met onze partner en ticketingsysteem Stager zetten we marketing automation in om de bezoeker beter te kunnen bedienen en meer te betrekken voor, tijdens en na een bezoek aan Burgerweeshuis.

Onze focus ligt niet alleen op het programma, maar ook op de branding van Burgerweeshuis. Door het merk sterker te positioneren, verlagen we de drempel voor bezoekers en vergroten we onze zichtbaarheid. Door zichtbaar te zijn via on- en offlinekanalen, zowel landelijk als regionaal, zal het merk naast ons programma-aanbod meer *'top of mind'* liggen.

Een andere uitdaging ligt er op het gebied van toegankelijkheid in relatie tot prijsstijgingen. Door landelijke prijsstijgingen wordt het lastiger voor ons om kaarten te verkopen. Wij zullen hierop in moeten spelen door de mogelijkheden van social ticketing te onderzoeken. Met de Culturele Jongerenpas (CJP) bieden wij maar liefst een korting van 50% aan op het concertprogramma. Het is een bewuste keuze geweest dit niet op het nachtprogramma toe te passen, hiermee bereiken we deze jongeren immers al grotendeels.



### **Bezoekersbeleving en risico's**

Het rauwe, 'old school' karakter en de jaren '90-uitstraling zorgen voor een intieme sfeer waarin de energie tussen artiest en publiek optimaal voelbaar is. Je kunt de artiest bijna aanraken en ze na afloop vaak nog spreken bij de merchtafel, iets wat bij andere podia niet vaak voorkomt.

Dit bijzondere karakter heeft ook een andere zijde: de verouderde faciliteiten van het pand zorgen er ook voor dat Burgerweeshuis niet optimaal toegankelijk is voor iedereen. De onder andere gebrekkige klimaatbeheersing en een paal midden in de zaal, is verre van ideaal voor onze bezoeker.

Artiesten hebben ook last van de gebrekkige voorzieningen, zoals beperkte backstagefaciliteiten, verouderde techniek en een te klein podium. Dit heeft invloed op hun comfort, voorbereiding, en de show zelf. Artiesten slaan ons om deze reden ook over.

Desondanks is deze karakteristieke, laagdrempelige setting onlosmakelijk verbonden met het imago van Burgerweeshuis. Bij een nieuwe locatie willen we deze sfeer behouden, maar dan wel met faciliteiten die recht doen aan de ambities van stad, artiest én publiek.





### **Regionale context**

Burgerweeshuis kent een gunstige regionale context. Waar in de Randstad, maar in zekere mate ook in Brabant en Limburg de concurrentie tussen podia intens is, daar ondervinden wij relatief weinig concurrentie. Binnen een straal van 45 minuten reistijd is slechts een beperkt aantal andere podia te vinden. Af en toe bieden wij hetzelfde aan als omliggende podia, zoals De Gigant, Hedon en Metropool. Echter, Burgerweeshuis programmeert deze artiesten vaak al in een eerder stadium van hun muziekcarrière en hanteert daarbij een eigen signatuur.

Daarnaast richten wij ons op een andere doelgroep; ons nachtprogramma is meer gericht op clubavonden dan op disco, en ons concertaanbod is veelal gericht op de muzikliefhebber die open staat om nieuwe, alternatieve muziek te ontdekken, oftewel 'Podium voor ander geluid'. Hiermee vertonen wij meer overeenkomsten met grootstedelijke podia zoals Vera Groningen en Paradiso Amsterdam. Gezien onze oostelijke ligging spelen wij in op de behoefte en dat wat nog in onze omgeving ontbreekt.

Ook bedienen wij de cultuurregio Stedendriehoek. Gemeente Deventer ligt aan de rand van de Provincie Overijssel én grenst aan de Provincie Gelderland. De Stedendriehoek overstijgt dan ook de provinciale grenzen en is het gebied tussen de 3 grotere steden Apeldoorn, Deventer en Zutphen en de 5 kleinere gemeenten Brummen, Lochem, Heerde, Epe, Twello en Voorst. Deventer zelf kent naast de stad Deventer ook flink wat dorpen en kernen. Waaronder Bathmen, Schalkhaar, Diepenveen, Olst-Wijhe en Raalte.

### **Nieuwe huisvesting**

In de komende jaren richten we ons op de verbreding en verdieping van ons publiek, terwijl we werken aan de realisatie van een nieuwe huisvesting. De huidige locatie heeft zijn maximale capaciteit bereikt en we streven ernaar om binnen de beleidsperiode 2026-2028 de zekerheid te hebben om naar de nieuwe huisvesting toe te kunnen werken.

Een nieuwe locatie biedt nieuwe kansen om nieuw publiek te bereiken. Door verbeterde faciliteiten en een beter en meer gevarieerd aanbod, zal naast onze trouwe bezoeker, ook een nieuw publiek zich aangesproken voelen. Om de trouwe bezoeker ook op de nieuwe locatie vast te houden zal de identiteit en de sfeer van het Burgerweeshuis moeten worden behouden.



### 6.3 Samenwerkingen

De verwezenlijking van onze ambities vraagt om sterke samenwerkingen met diverse lokale partners binnen en buiten de popsector. Burgerweeshuis onderhoudt langdurige samenwerkingsverbanden met andere podia, organisatoren, productie- en ontwikkelorganisaties, scholen, maatschappelijke organisaties, het bedrijfsleven en de inwoners van Deventer en omgeving. Deze samenwerkingen ontstaan veelal vanuit maatschappelijke vraagstukken, gedeelde energie, enthousiasme en gelijkwaardigheid. Wij richten ons op het gezamenlijk belang, waarbij taken en verantwoordelijkheden worden verdeeld op basis van expertise.

## **Lokale samenwerkingen op het gebied van Cultuur, Onderwijs en Maatschappij:**

- **Introweek Let's Go**

Samen met Events Deventer zijn wij een van de partners van het culturele programma voor studenten tijdens de Introductieweek. Met partners Saxion en Aventus, werken we intensief samen om de introductieweek voor studenten te organiseren. Andere partners zijn onder meer Mimik, Deventer Schouwborg en Events Deventer.

- **Kelderfest**

In samenwerking met Deventer Verhaal en productiehuis BRUT organiseren we het tweejaarlijkse Kelderfest, waar muziek en kunst worden gecombineerd met het culturele erfgoed van Deventer.

- **Daventria Events (Nachtparlement, Het Systeem)**

Naast de organisatie van de Nachtparlement Invites clubedities, hebben we samen met Nachtparlement bijgedragen aan open air technofestival Het Systeem. Onze expertise op het gebied van horeca, ticketing en productie speelt hierbij een belangrijke rol.

- **Creatieve muziekhub STROOM**

STROOM biedt ruimte aan muzikanten met zes studio's en een sterke community van creatieve professionals. Burgerweeshuis was initiatiefnemer van STROOM en is als bestuurslid betrokken om kennis en expertise te delen nu STROOM een zelfstandige stichting is geworden.

- **Raster Jongerenwerk**

Samen met Raster Jongerenwerk organiseren we Deventer Talenhouse, waarin jongeren van 13 tot 25 jaar hun talenten kunnen ontwikkelen op het gebied van songwriting, rap, produceren en jammen & samenspelen. Deze samenwerking draagt bij aan inclusie, diversiteit en preventie.

- **Onderwijs (BO en VO)**

Voor scholen in Deventer, Eddy Hillesum breed, bieden we op maat gemaakte culturele programma's aan. Door middel van workshops, rondleidingen en concerten maken leerlingen op een laagdrempelige manier kennis met cultuur en popmuziek.

- **Go Ahead Eagles**

Sinds 2023 hebben wij een samenwerking met de Eredivisie voetbalclub Go Ahead Eagles waarmee wij de kernwaarden van zowel sport als cultuur willen versterken en verbinden.

- **DOC**

Burgerweeshuis is aangesloten bij DOC (Directie Overleg Cultuur) waarin de ontwikkelingen op het gebied van cultuur binnen de Gemeente Deventer worden besproken en samenhang en samenwerking wordt gezocht.

### Enkele partners waar we in 2025 mee in gesprek zijn:

- **Pride Deventer**

Afgelopen editie van de Pride Walk in Deventer heeft Burgerweeshuis met medewerkers en vrijwilligers deelgenomen. Voor de volgende editie gaan we verkennen hoe en in welke vorm we intensiever zouden kunnen samenwerken.

- **KBO (Katholieke Bond voor Ouderen)**

In de tweede helft van 2025 werken we samen op het gebied van programma. We bieden de concerten in Het Penninckshuis aan waar men seated concerten kan bezoeken. De bezoekers die lid zijn van de KBO krijgen een kleine korting. Daarnaast willen we verkennen of we ook samen programma kunnen ontwikkelen voor (en door) ouderen.

- **Changing The Narrative**

We nemen in 2025 deel aan het project Changing the Narrative, een initiatief van Mondri Cultuurhuis in samenwerking met productiehuis BRUT, dat zich richt op het versterken van culturele diversiteit in de culturele sector in Deventer. Binnen het project bezoeken jongeren culturele programma's, reflecteren op het bestaande aanbod en gaan hierover in gesprek met makers. De uitkomsten worden gedeeld via een podcastserie en eindpresentatie met als doel bij te dragen aan het gesprek over diversiteit en inclusie in de culturele sector.

- **Buddy to Buddy**

We werken al samen met Buddy to Buddy: een organisatie die nieuwkomers die hun land van herkomst moesten verlaten, koppelt aan stads- of dorpsgenoten op basis van gelijkwaardigheid en gedeelde interesses. We zouden graag deze samenwerking willen intensiveren.





Equal Idiots, In Vredes Naam, 2025  
© Thijs Blom

## Popsector Samenwerkingen

- **Poppunt Overijssel**  
Samen met Hedon Zwolle en Metropool Twente vormen wij het bestuur van Poppunt Overijssel, een netwerkorganisatie die zich inzet voor een betere zichtbaarheid van Overijsselse popmuziek. Een van de platforms die wij aanbieden is Sonar, een online kansenplatform dat artiesten koppelt aan speelplekken.
- **Convenant OOST NL – Basis tot Booster**  
Dit convenant zorgt voor een sterk collectief in Oost-Nederland, waarbij artiesten gebruik kunnen maken van kennis, netwerk en talententrajecten. We voeren gezamenlijk de FPK-regeling Muziek-hub Oost-Nederland uit, samen met partners De Basis, BRUT, Hedon Talentsupport, poppodia Doornroosje, Luxor, Gigant, Metropool, Hedon, Burgerweeshuis, conservatorium & popacademie ArteZ muzikantendag & showcas-efestival Booster en de poppunten Overijssel en Gelderland.
- **Podiumkunst.net**  
Samen met Podiumkunst.net is Burgerweeshuis gestart met een pilotproject om de geschiedenis van 40 jaar Burgerweeshuis te archiveren. Het doel van dit project is om de data te digitaliseren en vervolgens dit te kunnen ontsluiten in bijvoorbeeld moderne technologische toepassingen en in samenwerking met Collectie Overijssel. Het project is relevant omdat er via nieuwe kanalen popcultuur, publiek bereikt kan worden. Plus, er ontstaat vanuit sociaalwetenschappelijk perspectief data die gebruikt kunnen worden voor onderzoek. Onze ambitie is om deze data op provinciaal niveau te verrijken.

## 6.4 Zakelijke samenwerkingen

**Zakelijke samenwerkingen vormen een waardevolle aanvulling op onze muziekprogrammering en begroting, Partijen die ons benaderen hebben veelal de wens om een muzikale of culturele dag en/of avond te organiseren en komen om die reden bij ons uit.**

Ook worden we benaderd voor zakelijke evenementen zoals een (cultuur)congres, (muziek)conferentie, borrels, de locatie als opnamestudio en vergaderlocatie voor bedrijven en organisaties. De planning en afstemming van de zakelijke verhuur versus onze programmering, luistert nauw.



Hoewel de mogelijkheden in onze huidige locatie beperkt zijn, biedt de Wonderbar als publieksuimte nieuwe kansen. Zo organiseren we in januari 2026 diverse nieuwjaarsborrels voor regionale bedrijven, een mooie invulling in een periode waarin traditioneel weinig concerten plaatsvinden.

In onze nieuwe huisvesting zien we hier volop kansen: we hebben meer flexibiliteit door de verschillende ruimtes en wij kunnen bepaalde ruimtes verhuren op tijden dat er ook concerten staan gepland.

De eerste jaren zal onze focus liggen in het exploiteren van onze kerntaken. Een nieuw pand heeft automatisch de aantrekkingskracht voor verhuuraanvragen, omdat het 'nieuw' is. Deze 'openingsbonus' gaan we goed managen, waar kwaliteit voor kwantiteit gaat. We hebben de ambitie de zakelijke verhuur professioneel en als een geoliede machine te laten verlopen: deze (soms eerste) indruk is immers bepalend voor hoe bezoekers onze organisatie ervaren.

**Aanvragen voor verhuur met een besloten karakter beoordelen we aan de hand van een aantal criteria:**

- Afstemming programma: publiekstoegankelijk programma gaat voor op besloten verhuur
- De hoeveelheid werk staat in goede verhouding tot de opbrengsten
- De zakelijke activiteiten moeten de belasting op de buurt niet vergroten.

### **Burger Business Friends**

Wij hebben een actieve en loyale club vrienden: de Burger Business Friends. Ieder bedrijf of ZZP'er met een groot muziekhart en liefde voor Burgerweeshuis kan lid worden en betaalt hier een jaarlijkse bijdrage voor. Als tegenprestatie verzorgt Burgerweeshuis 3x per jaar een activiteit, variërend van een popquiz met live-band in de concertzaal, tot een jaarlijkse borrel.

## 6.5 Marketing & Promotie

**Burgerweeshuis is een plek waar generaties samenkomen, herinneringen worden gemaakt en nieuwe muziek wordt ontdekt. Met onze hernieuwde kern waarden en de payoff:**

**“Podium voor *ander* geluid,”**

**hebben we onze positionering aangescherpt. Dit stelt ons in staat om duidelijker te communiceren wie we zijn, waar we voor staan en wat bezoekers bij ons kunnen verwachten.**

### **Het merk Burgerweeshuis**

Landelijk zien we een positieve ontwikkeling: de bezoekersaantallen bij poppodia stijgen. Dat is een hoopvol signaal voor de sector en bevestigt de maatschappelijke waarde van live muziek en culturele beleving. Tegelijkertijd kent Burgerweeshuis een bekende uitdaging: onze fysieke capaciteit is beperkt door de beschikbare faciliteiten. Hierdoor kunnen we niet zomaar meegroeien met de landelijke trend in aantallen, maar zetten we strategisch in op het versterken van de relatie met onze vaste bezoekers én het aantrekken van nieuwe publieksgroepen.

Om onze bezoekersaantallen op peil te houden en optimaal gebruik te maken van onze capaciteit, volgen we drie strategische sporen:

#### **1. Verhogen van het aantal bezoeken per persoon per jaar**

Dankzij ons ticketingsysteem en bezoekersdatabase beschikken we over waardevolle data, zoals genrevoorkeuren, leeftijd en bezoekfrequentie. Door deze informatie slim in te zetten via marketing automation en gepersonaliseerde communicatie, kunnen we bestaande bezoekers gericht benaderen en stimuleren tot herhaalbezoek. Zo maken we van incidentele bezoekers loyale fans.

#### **2. Programma-aanbod afgestemd op interessegebieden**

We combineren zoekgedrag op onze website met inzichten uit [leefstijlvinder.nl](https://leefstijlvinder.nl) om onze bezoekers beter te leren kennen. Door in te spelen op hun voorkeuren en behoeften, kunnen we ons programma relevanter maken en de communicatie persoonlijker. Dit vergroot de kans dat bezoekers zich aangesproken voelen en vaker terugkomen.

#### **3. Social ticketing en toegankelijkheid**

In 2024 zijn we gestart met het aanbieden van CJP-tickets voor jongeren tot en met 30 jaar. Daarnaast loopt het Buddy to Buddy-project, waarbij we vrijkaarten beschikbaar stellen aan nieuwkomers in Deventer. We onderzoeken actief hoe we ons ticketaanbod laagdrempeliger kunnen maken, zodat cultuur toegankelijk is voor iedereen. Dit draagt bij aan inclusie én aan het bereiken van nieuwe publieksgroepen.

Met deze aanpak zetten we in op duurzame publieksofbouw binnen onze bestaande capaciteit. We versterken onze positie als cultureel merk, blijven relevant in een veranderende markt en zorgen ervoor dat Burgerweeshuis een plek blijft waar mensen samenkomen om muziek te beleven – vertrouwd én vernieuwend.



### **Social Media strategie**

Vanuit onze propositie werken we met een herkenbare en consistente contentstrategie die aansluit bij onze programmering en branding. Op alle kanalen hanteren we een tone of voice die expressief, helder en toegankelijk is. We omarmen karakter, vermijden clichés en communiceren met een knipoog, zonder de kwaliteit uit het oog te verliezen.

Instagram richt zich op jongeren (18–34 jaar) en draait om sfeer, storytelling en betrokkenheid. We werken met vaste rubrieken zoals maandelijkse carrousels, analoge fotoseries en 'On the Radar'-posts. Gepinde posts geven overzicht en verdieping. Content is visueel sterk, met korte captions, duidelijke datumnotatie en tagging van artiesten.

Facebook bedient een oudere doelgroep (25–55 jaar) en focust op informatievoorziening, fotogalerijen en acties.

TikTok is gericht op jongeren (16–24 jaar) en draait om authenticiteit en entertainment. Hier delen we rauwe, ongepolijste content, trends en humor, vaak in samenwerking met talent.

Stories op alle platforms zijn visueel strak vormgegeven, met gebruik van huisstijlkleuren, duidelijke uitlijning en functionele links naar tickets. We vermijden overmatig gebruik van emoticons, hashtags en uitroeptekens.

WhatsApp wordt voorlopig niet ingezet als kanaal, vanwege beperkte activiteit en versnippering. We focussen op kanalen waar we direct en effectief kunnen communiceren.

Tot slot zetten we in op community building door persoonlijke content te delen over artiesten, vrijwilligers en het team achter Burgerweeshuis. Zo brengen we onze eigenzinnige identiteit tot leven en blijven we relevant voor zowel nieuwe als bestaande publieks-groepen.

**Burgerweeshuis profileert zich als een podium dat inspireert, verbindt en vernieuwt. Na een periode waarin we regelmatig negatief in de media verschenen vanwege het huisvestingsdossier, zetten we bewust in op een positieve en constructieve benadering van public relations. We laten een ander geluid horen: een geluid dat past bij onze artistieke visie, maatschappelijke betrokkenheid en de energie van ons programma en onze organisatie.**

#### **Programma, branding en Public Relations**

Onze programmering is de kern van onze merkidentiteit. Met een breed aanbod van live, club en talent, tonen we onze artistieke kracht en culturele relevantie. We communiceren dit aanbod actief richting pers en publiek, met als doel een breed en divers publiek aan te spreken en onze positie als toonaangevend podium te versterken.

Talentontwikkeling is daarnaast een van onze belangrijkste pijlers. Burgerweeshuis biedt jonge makers ruimte om te groeien via coaching, studiofaciliteiten, EP-releases en podiumervaring. Deze verhalen delen we actief met onze mediapartners en in onze persuitingen, waarbij we laten zien hoe we bijdragen aan de ontwikkeling van de volgende generatie artiesten. We positioneren ons als een broedplaats voor talent én als een brug tussen generaties.

We bouwen aan een betrokken en inclusieve community. Burgerweeshuis is een plek voor ontmoeting, creativiteit en samenwerking. Door het delen van verhalen van vrijwilligers, artiesten en bezoekers versterken we de band met ons publiek en laten we zien dat cultuur verbindt. Onze communicatie is open, herkenbaar en uitnodigend.

Onze programmering weerspiegelt de culturele diversiteit van de samenleving. We werken samen met partners die inclusie bevorderen en zorgen voor een toegankelijk aanbod voor uiteenlopende publieksgroepen. Dit draagt bij aan onze maatschappelijke impact en laat zien dat Burgerweeshuis midden in de samenleving staat.

Een belangrijk onderdeel van onze PR-strategie is het opzetten van een samenwerking met media- en cultuurpartners zoals Kink FM en 3voor12. Via deze platforms vergroten we onze zichtbaarheid en versterken we onze positionering binnen het alternatieve muzieklandschap.

We versturen regelmatig persberichten over nieuwe programmering, talentontwikkeling en bijzondere projecten. Daarbij hanteren we een actieve en persoonlijke benadering van journalisten: we nodigen hen uit voor evenementen, bieden exclusieve interviews aan en zorgen voor relevante, goed geschreven content die aansluit bij hun doelgroep.

**B**

**7.0**

**Organisatie**

## 7.1 Gezonde bedrijfsvoering

**Onze ambitie voor de toekomst is om vol in te zetten op groei van concerten en nachtcultuur in de nieuwe grote zaal en ruimte te blijven bieden aan opkomend talent en de niche in onze kleine zaal. Door een bijbehorende exploitatie gebouwd op deze kernactiviteiten, zetten we een solide en financieel gezond poppodium neer waar we verder op voort kunnen bouwen op de lange termijn.**

Door de hogere capaciteit van de nieuwe grote zaal (675-750) gaat het mogelijk zijn om artiesten naar Deventer te halen die meer bezoekers trekken. Onder deze groeiambities ligt een volledige analyse van onze huidige activiteiten en kengetallenberekeningen van productie-, horeca en personeelskosten aan ten grondslag. Ook de vraag naar grotere artiesten bewijzen we met onze huidige succesvolle tuinconcerten (700 capaciteit). De benchmark van referentiepodia en een marktanalyse (rapportage Berenschot: Burgerweeshuis naar veilige haven) onderbouwen dat we deze groei kunnen bereiken.

Minstens net zo belangrijk als het bieden van een podium aan de bekende(re) artiesten is het bieden van een podium aan opkomend talent zodat zij 'meters kunnen maken' om straks als artiest op de grotere podia staan. De kleine zaal (275-350) is eveneens geschikt voor gedurfde programmering waar Burgerweeshuis al decennialang om bekend staat. Het creëren van kleinschaligheid en intimiteit blijft voor Burgerweeshuis van essentieel belang, vanuit onze identiteit, maar ook voor de functie die we hiermee vervullen binnen de regionale en landelijke popinfrastructuur. We zullen in de toekomstige kleine zaal vrijwel ongewijzigd aan de huidige situatie concerten, nachtcultuur en talent & educatie activiteiten programmeren.





### **Risico's**

In de tussentijd staat de bedrijfsvoering zwaar onder druk. Verschillende redenen liggen hieraan ten grondslag:

- Burgerweeshuis heeft een financieringsmix die voor een relatief klein deel uit subsidies bestaat (vergeleken met andere deelsectoren binnen de culturele sector). Bij indexering van subsidies door kostenstijging wordt dus een relatief klein deel van de kostenstijging gedekt.
- Er zit een limiet aan het doorberekenen van ticket- en horecaprijzen aan de bezoeker. We willen Burgerweeshuis toegankelijk houden, zodat er echt sprake is van 'Cultuur voor iedereen'.
- Huisvestingsdossier drukt onevenredig zwaar op organisatiekosten.
- In de opmaat naar een groter podium hebben we ons klaargestoomd als organisatie. Een organisatieontwikkelingsplan (verplicht onderdeel van de businesscase) en deels al geïmplementeerd als voorfase maakten daarvan onderdeel uit.
- Stijgende personeelskosten.
- Stijgende productiekosten.
- Stijgende energiekosten.
- Fair Pay artiesten.

Al deze stijgingen worden tot op heden gedekt door in de eerste plaats (nog) beter te presteren als poppodium. De professionaliseringsslag (bedoeld voor de nieuwbouw) werpt ook in de huidige locatie zijn vruchten af. We hebben een flinke stijging op het aantal bezoekers gemanifesteerd met dito stijgende omzet op tickets en horeca. In 2019 nog een omzet van in totaal 1,7 miljoen euro naar 2,7 miljoen euro in 2024.

Daarnaast worden deze kosten gedekt uit incidentele middelen, zoals de eenmalige bijdrage van het Cultuurfonds, de aanvullende exploitatiesubsidie van de Gemeente Deventer, een uitvoering van Motie voor te maken plankosten huisvesting en het onttrekken van middelen uit onze reserves.

## 7.2 Personeel en vrijwilligers

Het team van het Burgerweeshuis bestaat uit ruim 148 personen. Een bestuur, 18 mensen in vaste dienst, 120 vrijwilligers en nog een poule met ZZP'ers.



### Vaste medewerkers

- Thijs van Lier | Directeur
- Irana Uenk | Hoofd Bedrijfsvoering
- Daniëlle Pieket Weeserik | Hoofd Marketing & PR
- Job Rebergen | Hoofd Programma
- Tom Zeeman | Hoofd Productie en techniek & geluidstechnicus
- Pien Leukenhaus | Hoofd Horeca en Vrijwilligers
- Maurits Mensinga | Administratief medewerker
- Sjoerd Roelofs | Medewerker financiën
- Sammai Siahajja | Programmeur Club & bedrijfsleider
- Kristel Nijs | Medewerker Talent & Educatie
- Hans van der Werf | Junior medewerker Talent & Educatie
- Jeany Robbe | Medewerker marketing en PR & bedrijfsleider
- Laure Haverkort | Grafisch Ontwerper
- Madelief van de Bor | Marketeer Showpromotie
- Bjorn Roolvink | Productieleider + geluidstechnicus
- Njong Tousalwa | Lichttechnicus
- Koen Talen | Geluidstechnicus
- Max van den Berg | Lichttechnicus

*In totaal betreft dit 13,5 FTE.*

**De belangrijkste redenen waarom vrijwilligers kiezen om bij Burgerweeshuis aan de slag te gaan zijn: onder andere:**

- Werkervaring opdoen in een inspirerende en dynamische werkomgeving, waar je geaccepteerd wordt zoals je bent.
- Als student je C.V. opbouwen met relevante werkervaring.
- Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt kunnen (re)-integreren door vrijwilligerswerk te doen
- Een bijdrage leveren aan de culturele sector in Deventer
- Nieuwkomers in Deventer kunnen hun netwerk opbouwen en actief deelnemen aan de maatschappij.
- Nieuwe inwoners in Deventer leren op deze manier mensen kennen en vrienden te maken.
- Je sociale netwerk vergroten door actief een bijdrage te leveren.
- Onderdeel te worden van bepaalde subculturen en communities.
- Iets 'anders' te doen naast je reguliere baan.
- Werken voor en met je favoriete artiest
- Gratis naar concerten en clubavonden

En nog vele redenen meer....



Vrijwilligers, tuinconcert, 2024

### Vrijwilligers

De vrijwilligers, ook wel Weesjes genoemd, zijn al sinds de oprichting het hart van Burgerweeshuis en dat willen we zo houden. Veel poppodia gaan vanwege efficiencyredenen steeds minder met vrijwilligers werken. Burgerweeshuis ziet zichzelf juist als vrijwilligersorganisatie. We blijven onze roots trouw. De organisatie is opgezet door jonge vrijwilligers die graag een eigen plek in Deventer wilden voor popmuziek en ontmoeting. Burgerweeshuis blijft zich profileren als de vrijwilligersorganisatie voor jongeren en jongvolwassenen uit Deventer en omgeving.

Er werken momenteel 120 vrijwilligers bij Burgerweeshuis, variërend in de leeftijd van 19 tot 68 jaar. Vrijwilligers blijven gemiddeld 5 jaar bij ons werken. De vrijwilligers zijn werkzaam als barmedewerker, kassamedewerker, artiestenbegeleider, technicus, poster-verspreider, fotograaf, dj en tuinman.

### Stagiairs

Op de afdeling Techniek zijn 2x per jaar, maximaal 2 stagiairs Techniek werkzaam, die volop meedraaien met producties op het gebied van licht, geluid en AV.

We werken hiervoor samen met opleidingen binnen en buiten de regio, waaronder Deltion College, Herman Brood Academie, ROC van Twente en ROC A12. Ze krijgen vanuit hun opleiding een aantal opdrachten

mee die tussentijds en aan het eind beoordeeld worden en daarnaast moeten ze zelf eigen leerdoelen formuleren. Het doel van de stage is om praktijkervaring op te doen. Wij begeleiden hen daar zo goed mogelijk in. Een groot deel blijft na hu stage werkzaam als ZZP'er of vrijwilliger en vormen zo een belangrijk onderdeel van ons team.

Op de afdeling Marketing is er 2x per jaar 1 stagiaire Mediavormgeving werkzaam van MBO opleiding Cibap. De stagiairs worden begeleid door onze Grafisch Ontwerper, draaien volledig mee met de organisatie en zijn een belangrijk onderdeel van het marketing team. De stagiairs maken content, zijn werkzaam als ontwerper en maken grafisch werk op. Ook stimuleren wij de stagiairs om eigen ideeën en ambities te kunnen realiseren en ook weer van hun te kunnen leren.

**Om de kwaliteit van zowel de vervulling van de stage-functies te ontwikkelen, als de kwaliteit van de begeleiders vanuit Burgerweeshuis te waarborgen, wordt Burgerweeshuis jaarlijks geaccrediteerd door SBB.\***

\* s-bb.nl



## 7.3 Code Diversiteit en Inclusie



Tramhaus, 2025  
© Marcel de Graaf

**Popmuziek is van iedereen: alle leeftijden, culturen en sociale klassen. Met dat als uitgangspunt willen wij dat de beleving van live popmuziek voor iedereen toegankelijk is. Daarom richten wij ons op diversiteit en inclusie op verschillende vlakken: culturele achtergrond, gender, beperking, seksuele oriëntatie, religie, sociaaleconomische status, opleidingsniveau en leeftijd. Dit streven integreren we in ons beleid door middel van de vier P's: Programma, Publiek, Personeel en Partners.**

De afgelopen periode hebben we intensief gewerkt aan het ontwikkelen van ons bewustzijn en bekwaamheid rondom diversiteit en inclusie. Via een diversiteitsscan en een programma van Binoq Atana hebben we waardevolle inzichten gekregen. Deze analyses hebben ons handvatten gegeven om concreet aan de slag te gaan, maar we realiseren ons ook dat we er nog niet zijn.

### **Programma**

Op het gebied van programma zetten we goede stappen. We bieden een breed scala aan genres en artiesten, met oog voor diversiteit in gender, afkomst en achtergrond. Ook bieden we talentontwikkelingstrajecten aan, specifiek gericht op jongeren die normaal niet automatisch in aanraking komen met cultuur. Onze samenwerking met Raster Welzijn en de inzet op de samenwerking met strategische partners, zijn voorbeelden hoe wij inclusiviteit bevorderen.

### **Publiek**

Bij publiek hebben we echter nog uitdagingen. Hoewel ons programma steeds diverser wordt, zien we dat bepaalde drempels voor verschillende doelgroepen blijven bestaan. Het identificeren en wegnemen van deze drempels is een belangrijke volgende stap. Hier is verdere actie nodig om ons publiek inclusiever te maken.

## **Personeel**

Binnen ons personeel is er ruimte voor verbetering op het gebied van diversiteit. Hoewel we een goede balans zien qua gender in zowel leidinggevende als uitvoerende functies, blijft het aantrekken van medewerkers met een migratieachtergrond een uitdaging. Bij onze vrijwilligers lukt dit wel beter. Ook zien we dat het aantal vrouwen in technische functies laag blijft, hoewel we via ons sterke netwerk met regionale MBO-scholen soms wel succes boeken. Dit is een gebied waar we ons in de toekomst verder op willen richten. Onder andere door te gaan werven via Stage Cultureel Inclusief.

## **Partners**

Op het gebied van partners liggen voor ons belangrijke kansen. We werken al samen met veel organisaties die bijdragen aan onze missie, maar er is ruimte om gelijkwaardige partnerschappen te versterken. Door samen te werken met partners die dezelfde visie op diversiteit en inclusie delen, kunnen we gezamenlijk een groter effect bereiken. Dit is een belangrijk aandachtspunt voor de komende periode.

## **Conclusie**

We hebben al goede stappen gezet, maar erkennen dat er nog werk aan de winkel is om diversiteit en inclusie volledig in onze organisatie te verankeren. Door onze inspanningen verder te verdiepen op het gebied van personeel, publiek en partners, en door barrières voor deelname weg te nemen, streven we naar een inclusieve organisatie waarin iedereen zich welkom voelt.





Brant Bjork Trio, 2025  
© Anne-marie Kok

## 7.4 Fair Practice Code

### **Burgerweeshuis zet zich in voor een toekomstbestendige popsector gebaseerd op de vijf kernwaarden van de Fair Practice Code: solidariteit, diversiteit, vertrouwen, duurzaamheid en transparantie.**

De waarden van de Fair Practice Code zijn de basis voor onze missie om bij te dragen aan een duurzame arbeidsmarkt, waarin een professionele beroepspraktijk en een eerlijke balans tussen vraag en aanbod centraal staan. We onderschrijven de principes van Fair Pay, Fair Share en Fair Chain en streven ernaar deze op alle niveaus in onze organisatie toe te passen.

Tussen 2021 en 2024 hebben we als organisatie een sterke professionaliseringslag doorgemaakt. Waar we eerder vooral handelden vanuit goedbedoeld en logisch denken, hebben we nu systematisch beleid ontwikkeld. Dit proces begon met een geactualiseerde Risico Inventarisatie & Evaluatie (RI&E), die aangaf dat we 'groen' waren in het vastleggen van beleid in protocollen en regels. We hebben deze aanbeveling ter harte genomen en belangrijke stappen gezet in beleidsontwikkeling.

Het resultaat is een nieuw arbobeleid en sociaal veiligheidsplan, met extra aandacht voor een veilige werkomgeving, gedragsregels, en een externe vertrouwenspersoon. Daarnaast hebben we diverse protocollen en handboeken opgesteld, zoals een bedrijfsnoodhulpplan, een techniek- en productiehandboek, en een personeelshandboek.

Ook hebben we onderwerpen zoals sociale veiligheid bespreekbaar gemaakt door ze structureel te agenderen, en hebben we initiatieven zoals de Digitale Koerskaart 'Moet toch kunnen?' uitgevoerd. Scholingsmogelijkheden voor medewerkers zijn actiever onder de aandacht gebracht, met eigen regie en budgetbeheer als uitgangspunten. De invoering van ontwikkelgesprekken heeft gezorgd voor meer dialoog en een transparantere relatie tussen werkgever en werknemer, met als doel een duurzame werkrelatie.



### **Iglo-model**

Een andere belangrijke stap in onze professionalisering is de implementatie van het Iglo-model. Dit model biedt kwantitatieve inzichten in de bedrijfsvoering van culturele instellingen en maakt de verdeling van middelen zichtbaar. Het model onderscheidt drie onderdelen binnen onze begroting:

- Voorziening (huisvesting, infrastructuur, staf) – volledig gesubsidieerd.
- Activiteiten – gefinancierd door eigen inkomsten en projectsubsidies.
- Overige activiteiten – zowel cultureel als commercieel.

Het Iglo-model heeft ons geholpen om meer transparantie te creëren in onze bedrijfsvoering en biedt een duidelijk kader om in dialoog te gaan met artiesten, producties, bezoekers en de overheid over wat het kost om een artiest op het podium te brengen. Het legt bloot welke impact ticketprijzen hebben op toegankelijkheid en maakt het gesprek over mogelijke oplossingen open en inzichtelijk.

De professionaliseringsstappen die we hebben gezet, hebben vooral bijgedragen aan het waarborgen van Fair Share en Fair Chain. We blijven deze principes in de komende jaren verder versterken.

### **Toekomstvisie: Duurzaamheid, sociaal veilige omgeving en huisvesting**

Op het gebied van duurzaamheid en vertrouwen willen we een stap verder gaan door onze vrijwilligers op te leiden in sociale veiligheid. We gaan handvatten bieden om ongepast gedrag te herkennen en aan te pakken, met als doel een sociaal veilige omgeving te bieden voor zowel medewerkers, artiesten en bezoekers. Dit thema is al geagendeerd en we gaan dit implementeren via trainingen, naast de reeds vastgestelde protocollen.

Daarnaast is toekomstbestendige huisvesting essentieel om de Fair Practice Code volledig toe te passen. Onze huidige disbalans in zaalcapaciteit maakt het moeilijk om een mix van niche- en talentprogrammering te combineren met financieel rendabele grote publiekstrekkers. Door onze huisvesting beter af te stemmen op de behoeften van onze programmering, kunnen we de mix tussen 'fair' en financieel haalbaar verbeteren. Het realiseren van deze balans is een belangrijke doelstelling voor de komende jaren.



### **Fair Pay voor medewerkers en freelancers**

Wij conformeren ons als organisatie aan de gezamenlijke verklaring over de Fair Practice Code (september 2019) van de Werkgeversvereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (WNPf) en de Kunstenbond. In de cao voor bij de WNPf aangesloten poppodia en festivals onderschrijven zowel de aangesloten werkgevers als de Kunstenbond deze code. Via het lidmaatschap van de WNPf en het volgen van de cao wordt voldaan aan de Fair Practice Code voor werknemers. Daarnaast passen wij de richtlijnen voor zz'ers die binnen deze cao zijn opgesteld toe, en hanteren deze als minimum, of hoger.

### **Fair Pay voor popmusici**

De inkomens van artiesten staan vaak niet in verhouding tot hun inzet, zoals ook wordt geconcludeerd in het rapport "De kloof tussen inzet en inkomsten van popmuzikanten" van onderzoeksbureau Berenschot, uitgevoerd in opdracht van fairPACCT | Platform ACCT. Dit rapport benadrukt de noodzaak om fair pay toe te passen voor musici, en als vervolg daarop is de Fair Pay Rekentool Popmusici ontwikkeld. Deze tool biedt een richtlijn voor een eerlijk honorarium, afhankelijk van de fase waarin een artiest zich bevindt: van Starting tot Arrived. Dit is een waardevol instrument om meer rechtvaardige vergoedingen te realiseren.

### **Uitdagingen in de praktijk**

Momenteel voeren diverse poppodia een pilot uit waarbij hun programmering wordt gebaseerd op de Fair Pay-richtlijn. Wij volgen dit proces nauwgezet via onze collega-poppodia en de branchevereniging VNPF, omdat succes alleen bereikt kan worden door de gezamenlijke inzet van de hele sector.

Als we reflecteren op hoe wij als poppodium Fair Pay toe passen, merken we dat we nog worstelen met het vinden van een gezonde balans tussen eerlijke vergoedingen en de financiële haalbaarheid daarvan. Binnen onze organisatie is iedereen het erover eens dat het eerlijker moet voor artiesten, maar eerlijk gezegd hebben we momenteel niet de middelen om onze woorden volledig om te zetten in daden.

### **Financiële beperkingen en het Iglo-model**

Onze reguliere activiteiten worden grotendeels gefinancierd door ticketinkomsten en horeca-opbrengsten. De exploitatiesubsidie die wij ontvangen, is toegewezen aan onze voorziening. Dit betekent dat we weinig flexibiliteit hebben binnen onze reguliere programmering om hogere vergoedingen aan artiesten te betalen.

Krimp van activiteiten is geen oplossing, omdat de dekking nagenoeg volledig ligt bij ticketinkomsten en horecaomzet. Bij projectmatige activiteiten, waarbij incidentele projectsubsidies beschikbaar zijn, slagen we er wel in om Fair Pay toe te passen. Dit bewijst dat het mogelijk is wanneer er aanvullende financiële middelen zijn.

### **Kanttekening over Fair Pay en de rekentool voor popmusici**

Bij het hanteren van de rekentool voor popmusici willen wij benadrukken dat deze niet als een vaststaand model of verworven recht moet worden gezien. We moeten voorkomen dat podia en artiesten hierdoor tegenover elkaar komen te staan, zonder ruimte voor dialoog. In onze sector is marktwerking essentieel, en dit mechanisme draagt bij aan een gezonde dynamiek die behouden moet blijven.

Artiesten vormen een cruciale schakel binnen het ecosysteem; zij dragen mede de verantwoordelijkheid om hun waarde naar het publiek te vertalen en zorgen ervoor dat er kaarten verkocht worden. Ons podium biedt hun hiervoor het platform. Het is dus van belang dat artiesten bewust zijn van hun waarde en deze weten te behouden en uit te dragen.

Wij beschouwen de rekentool als een startpunt voor meer transparantie, een middel voor dialoog, een lobby-instrument en een praktische leidraad. Wij onderkennen echter dat de implementatie van een toekomstbestendige arbeidsmarkt een gezamenlijke verantwoordelijkheid is, die wij niet alleen kunnen dragen.

### **Doelen voor de komende jaren**

Een belangrijke uitdaging blijft het vinden van balans tussen het bieden van voldoende speelplekken en het waarborgen van Fair Pay. Binnen poppodium Burgerweeshuis is talentontwikkeling één van onze kernactiviteiten. Naast het aanbieden van speelplekken investeren wij substantieel in gefaseerde talentontwikkelingstrajecten voor opkomend talent, waarbij Fair Pay centraal staat. Ons concrete doel is om de komende jaren dit investeringsniveau te handhaven, zodat we ook in de toekomst een solide bijdrage kunnen blijven leveren aan de ontwikkeling van poptalenten in de startfase van hun carrière.

## **Conclusie**

Hoewel de implementatie van Fair Pay binnen onze reguliere activiteiten nog uitdagend is, blijven we ons inzetten om rechtvaardiger betalingen te realiseren. We hopen dat, door de gezamenlijke inspanningen van de sector en het experimenteren met de Fair Pay Rekentool, we de weg kunnen vinden naar een duurzame oplossing die zowel eerlijk als financieel haalbaar is.

Burgerweeshuis streeft naar een toekomstbestendige popsector die is geworteld in de kernwaarden van de Fair Practice Code. Met de professionaliseringsstappen die we hebben gezet en onze focus op duurzame, transparante bedrijfsvoering, blijven we ons inzetten voor eerlijke arbeidsomstandigheden, zowel binnen onze organisatie als in de bredere culturele keten. Onze focus op transparantie, eerlijke vergoedingen en een sociaal veilige omgeving is een cruciaal onderdeel van deze missie.



## 7.5 Governance Code Cultuur

**Stichting Poppodium Het Burgerweeshuis kent op dit moment een bestuursmodel. Het bestuur hanteert de Governance Code Cultuur. Het toepassen daarvan is omschreven in het bestuur- en directiereglement Stichting Poppodium Het Burgerweeshuis.**

### Profiel bestuur

Bij de aanstelling van nieuwe bestuursleden wordt uitgegaan van aanvullende bestuurlijke kenmerken ten opzichte van de aanwezig bestuurskwaliteiten. Dit, om vanuit een zo breed mogelijk spectrum het besturen van de stichting vorm te geven. Daarnaast wordt rekening gehouden met diversiteit in het bestuur in termen van gender, leeftijd en achtergrond.

## Schema van aan- en aftreden

Naam	Functie	Begin 1e termijn	Einde 1e termijn	Begin 2e termijn	Einde 2e termijn
Mevrouw E. Marks	Voorzitter	1-2-2022	31-1-2026		
Mevrouw K. Sluis*	Secretaris	21-10-2013	20-10-2017	21-10-2017	20-10-2021
De heer M. Stol	Penningmeester	1-1-2019	31-12-2022	1-1-2023	31-12-2026
De heer M. Flamman	Bestuurslid	1-9-2022	31-8-2026		
De heer R. Jansman	Bestuurslid	1-9-2022	31-8-2026		

\* Tweede termijn is verlengd i.v.m. expertise en ervaring in het huisvestingsdossier

### Taken bestuursleden:

- Opstellen van hoofdlijnen van het beleid, externe representatie en de toezichthoudende taak. Het beleidsinitiatief berust gezamenlijk bij het bestuur en de directeur.
- Betrokken zijn bij de voorbereiding van en het bewaken van de uitvoering van het meerjarenbeleidsplan, het jaarplan, en het opstellen van het financiële en inhoudelijke jaarverslag.
- Vaststellen van de begroting en de jaarrekening.
- Inzetten van specifieke kennis en expertise.
- Periodiek bezoek van de activiteiten van de stichting.

Aan de hand van de Governance Code Cultuur willen we onderzoeken welke toezichthoudende rol straks goed past bij de organisatie Burgerweeshuis als middelgrootpodium. Het moment is nu aangebroken om te onderzoeken of een bestuursmodel of Raad van Toezicht model de voorkeur heeft. Mocht dit leiden tot een andere uitkomst dan zullen wij deze transitie zorgvuldig doorlopen.

**B**

**8.0**

**Begroting**



## 8.1 Meerjarenbegroting 2026-2028

**Het meerjarenplan, inclusief meerjarenbegroting is, voor de gehele beleidsperiode 2026-2028 geschreven voor exploitatie op onze locatie aan de Bagijnenstraat. Op het moment van schrijven van dit meerjarenplan staan we op het punt aan de verkenningsfase voor Po1D te beginnen. De haalbaarheid, planning en uitkomsten zijn daarmee nog te onzeker om dit mee te nemen in het meerjarenplan van Burgerweeshuis voor de periode 2026-2028.**

Sinds 2023 werkt Burgerweeshuis volgens het Iglo-model van Berenschot. Per 2023 zijn onze administratieve processen afgestemd op het nieuw te hanteren model. Het Iglo-model is door de VNG aangemerkt als een best practice binnen het cultuurbeleid en maakt inzichtelijk hoe de publieke financiering voor een culturele voorziening kan worden gekoppeld aan verschillende soorten van kosten en baten binnen de bedrijfsvoering.

De begroting maakt onderscheid tussen lasten van de huidige en toekomstige publieke voorziening (bestaande uit de huisvestingskosten en de kosten van infrastructuur en staforganisatie), de verschillende soorten culturele activiteiten en de commerciële activiteiten. Hieraan zijn gerelateerd de budgetsubsidie (primair bedoeld om de huidige publieke voorziening in stand te houden en de basis te leggen voor

de huidige culturele activiteiten) en de eigen gegenereerde inkomsten zoals entreegelden, huurinkomsten, sponsoring, projectbijdragen en horecaomzet.

Door consequent deze methodiek van 'direct costing' toe te passen maken we voor onszelf én voor de gemeente inzichtelijk welke activiteiten winst- of verliesgevend zijn, waarvoor de subsidiegelden worden ingezet en wat de bestemming is van de inkomsten. Op de volgende pagina worden de verschillende subsidies besproken.

Aan de inkomstenkant is voor ticketinkomsten en inkomsten uit horeca een jaarlijkse stijging van 3% opgenomen. Dit bestaat zowel uit prijsstijgingen als uit meer betalende bezoekers en consumpties.



Aan de lastenkant is voor personele kosten en huisvestingslasten een jaarlijkse stijging van 3% aangehouden. Vanwege de sterk stijgende kosten van de afgelopen jaren voor programmakosten en overige programmakosten is voor deze categorieën een jaarlijkse stijging van 4% opgenomen.

De huidige locatie heeft, zoals eerder in dit plan beschreven, qua capaciteit haar maximum bereikt. Daarnaast is het belangrijk dat Burgerweeshuis toegankelijk blijft en dat de prijzen van horeca en tickets laagdrempelig blijft. Kortom, de inkomstenkant van de activiteiten van Burgerweeshuis kan nauwelijks stijgen, terwijl de kosten blijven stijgen. Dit heeft een aantal consequenties:

- Het bedrijfseconomische belang van de activiteiten wordt steeds belangrijker ten opzichte van het maatschappelijke en artistieke belang.
- Om resultaat te blijven behalen uit de activiteiten van het Burgerweeshuis moet er, vanwege het plafond aan de inkomstenkant, worden gestuurd op de kostenkant.

Dit gaat ten koste van de nodige balans in het programma, wat op lange termijn effecten heeft op de naam van het Burgerweeshuis bij boekingskantoren en bezoekers.

Jaarlijks laat Burgerweeshuis een tekort zien op de begroting. De begrootte tekorten worden opgevangen vanuit de algemene reserve. Zoals eerder in dit plan beschreven staat de exploitatie vanuit onze locatie aan de Bagijnenstraat zwaar onder druk vanwege beperkte mogelijkheden.

Voor de beleidsperiode 2026-2028 zijn deze tekorten (inclusief verlenging van de plankosten Po1D en na de verhoging van de aanvullende exploitatiesubsidie) nog op te vangen met het eigen vermogen. Op de lange termijn is dit geen haalbaar businessmodel.

# Baten

	Realisatie 2024	Begroting 2025 - zoals ingediend	Begroting 2026	Begroting 2027	Begroting 2028
<b>A. Voorziening</b>	<b>€ 741.025</b>	<b>€ 717.038</b>	<b>€ 740.720</b>	<b>€ 759.191</b>	<b>€ 778.217</b>
<b>A1. Huidige voorziening</b>	<b>€ 573.125</b>	<b>€ 592.038</b>	<b>€ 615.720</b>	<b>€ 634.191</b>	<b>€ 653.217</b>
Exploitatiesubsidie Gemeente Deventer (regulier)	€ 573.125	€ 592.038	€ 615.720	€ 634.191	€ 653.217
<b>A2. Toekomstige voorziening</b>	<b>€ 167.900</b>	<b>€ 125.000</b>	<b>€ 125.000</b>	<b>€ 125.000</b>	<b>€ 125.000</b>
Bijdrage risicobeheersmaatregel aanhouden BURGERHAVEN	€ 42.900	€ -	€ -	€ -	€ -
Subsidie voor plankosten herhuisvesting	€ 100.000	€ 100.000	€ 100.000	€ 100.000	€ 100.000
Bijdrage vanuit onvoorzien & innovatie	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
<b>B. Programma</b>	<b>€ 1.303.259</b>	<b>€ 1.141.816</b>	<b>€ 1.196.813</b>	<b>€ 1.220.013</b>	<b>€ 1.245.296</b>
<b>B1. Inkomsten uit concerten</b>	<b>€ 578.174</b>	<b>€ 557.657</b>	<b>€ 561.235</b>	<b>€ 574.135</b>	<b>€ 587.422</b>
Ticketinkomsten	€ 393.028	€ 382.891	€ 400.000	€ 412.000	€ 424.360
Programmagebonden bijdragen	€ 49.929	€ 35.000	€ 22.735	€ 22.735	€ 22.735
Hall rentals	€ 40.217	€ 35.000	€ 35.000	€ 35.000	€ 35.000
Exploitatiesubsidie Gemeente Deventer (aanvullend)	€ 25.000	€ 31.266	€ 30.000	€ 30.900	€ 31.827
Bijdrage vanuit onvoorzien & innovatie	€ 70.000	€ 73.500	€ 73.500	€ 73.500	€ 73.500
<b>B2. Inkomsten uit Club</b>	<b>€ 349.139</b>	<b>€ 335.234</b>	<b>€ 336.235</b>	<b>€ 344.035</b>	<b>€ 352.069</b>
Ticketinkomsten	€ 231.496	€ 228.843	€ 230.000	€ 236.900	€ 244.007
Programmagebonden bijdragen	€ 34.227	€ 20.000	€ 22.735	€ 22.735	€ 22.735
Hall rentals	€ 25.916	€ 21.000	€ 21.000	€ 21.000	€ 21.000
Exploitatiesubsidie Gemeente Deventer (aanvullend)	€ 25.000	€ 31.266	€ 30.000	€ 30.900	€ 31.827
Bijdrage vanuit onvoorzien & innovatie	€ 32.500	€ 34.125	€ 32.500	€ 32.500	€ 32.500
<b>B3. Inkomsten uit talent- en educatie</b>	<b>€ 148.639</b>	<b>€ 138.350</b>	<b>€ 193.768</b>	<b>€ 193.768</b>	<b>€ 195.230</b>
Ticketinkomsten	€ 4.098	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Programmagebonden bijdragen	€ 134.122	€ 115.850	€ 178.768	€ 178.768	€ 180.230
Verhuur producers- en oefenruimtes	€ 10.419	€ 17.500	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Bijdrage vanuit onvoorzien & innovatie	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>B4. Inkomsten uit programma met een bijzonder karakter &amp; festivals</b>	<b>€ 227.307</b>	<b>€ 110.575</b>	<b>€ 105.575</b>	<b>€ 108.075</b>	<b>€ 110.575</b>
Ticketinkomsten	€ 16.689	€ -	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000
Programmagebonden bijdragen	€ 187.018	€ 85.000	€ 65.000	€ 67.500	€ 70.000
Hall rentals	€ 2.100	€ 3.000	€ 3.000	€ 3.000	€ 3.000
Bijdrage vanuit onvoorzien & innovatie	€ 21.500	€ 22.575	€ 22.575	€ 22.575	€ 22.575
<b>C. Horeca en services</b>	<b>€ 732.962</b>	<b>€ 805.441</b>	<b>€ 824.000</b>	<b>€ 847.325</b>	<b>€ 871.350</b>
Horeca-omzet uit concerten	€ 232.469	€ 292.986	€ 300.000	€ 309.000	€ 318.270
Horeca-omzet uit nachtcultuur	€ 315.002	€ 331.705	€ 330.000	€ 339.900	€ 350.097
Horeca-omzet uit talent & educatie	€ 14.656	€ 11.458	€ 12.500	€ 12.875	€ 13.261
Horeca-omzet uit programma met een bijzonder karakter	€ 111.937	€ 94.961	€ 100.000	€ 103.000	€ 106.090
Horeca-omzet uit overige activiteiten	€ -	€ -	€ 10.000	€ 10.300	€ 10.609
Horeca-omzet uit zakelijke activiteiten	€ -	€ 25.331	€ 25.000	€ 25.750	€ 26.523
Service-inkomsten	€ 29.945	€ 27.500	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
Programmagebonden bijdragen	€ 28.953	€ 21.500	€ 21.500	€ 21.500	€ 21.500
<b>TOTALE BATEN</b>	<b>€ 2.777.246</b>	<b>€ 2.664.295</b>	<b>€ 2.761.532</b>	<b>€ 2.826.529</b>	<b>€ 2.894.863</b>

# Lasten

	Realisatie 2024	Begroting 2025 - zoals ingediend	Begroting 2026	Begroting 2027	Begroting 2028
<b>A. Voorziening</b>	<b>€ -757.405</b>	<b>€ -717.750</b>	<b>€ -752.008</b>	<b>€ -761.951</b>	<b>€ -774.372</b>
<b>A1. Huidige voorziening</b>	<b>€ -570.268</b>	<b>€ -590.755</b>	<b>€ -621.203</b>	<b>€ -627.222</b>	<b>€ -635.602</b>
Personeelskosten staf	€ -179.411	€ -167.644	€ -170.000	€ -175.100	€ -180.353
Huurlasten	€ -53.249	€ -55.911	€ -57.588	€ -59.316	€ -61.095
Huisvestingslasten overig	€ -70.141	€ -73.500	€ -75.705	€ -77.976	€ -80.315
Organisatielasten	€ -68.845	€ -94.500	€ -97.335	€ -100.255	€ -103.263
Afschrijving	€ -49.622	€ -44.000	€ -67.000	€ -61.000	€ -57.000
Onvoorzien & innovatie	€ -149.000	€ -155.200	€ -153.575	€ -153.575	€ -153.575
<b>A2. Toekomstige voorziening</b>	<b>€ -187.137</b>	<b>€ -126.995</b>	<b>€ -130.805</b>	<b>€ -134.729</b>	<b>€ -138.771</b>
Personeelskosten	€ -120.948	€ -126.995	€ -130.805	€ -134.729	€ -138.771
Kosten risicobeheersmaatregel aanhouden BURGERHAVEN	€ -66.189	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>B. Programma</b>	<b>€ -1.682.200</b>	<b>€ -1.651.698</b>	<b>€ -1.741.215</b>	<b>€ -1.802.917</b>	<b>€ -1.866.884</b>
<b>B1. Concerten</b>	<b>€ -724.763</b>	<b>€ -771.421</b>	<b>€ -799.589</b>	<b>€ -828.802</b>	<b>€ -859.101</b>
Personeelskosten	€ -222.210	€ -268.929	€ -276.997	€ -285.307	€ -293.866
Programmakosten	€ -315.013	€ -287.098	€ -298.582	€ -310.525	€ -322.946
Overige programmakosten	€ -187.540	€ -215.394	€ -224.010	€ -232.970	€ -242.289
<b>B2. Club</b>	<b>€ -465.766</b>	<b>€ -481.975</b>	<b>€ -499.134</b>	<b>€ -516.915</b>	<b>€ -535.342</b>
Personeelskosten	€ -183.758	€ -212.042	€ -218.403	€ -224.955	€ -231.704
Programmakosten	€ -182.812	€ -176.223	€ -183.272	€ -190.603	€ -198.227
Overige programmakosten	€ -99.196	€ -93.710	€ -97.458	€ -101.357	€ -105.411
<b>B3. Talent &amp; educatie</b>	<b>€ -142.771</b>	<b>€ -153.800</b>	<b>€ -189.120</b>	<b>€ -194.628</b>	<b>€ -200.331</b>
Personeelskosten	€ -75.703	€ -83.171	€ -85.666	€ -88.236	€ -90.883
Programmakosten	€ -11.257	€ -19.776	€ -30.567	€ -31.390	€ -32.245
Overige programmakosten	€ -55.811	€ -50.853	€ -72.887	€ -75.003	€ -77.203
<b>B4. Programma met een bijzonder karakter &amp; festivals</b>	<b>€ -348.900</b>	<b>€ -244.502</b>	<b>€ -253.373</b>	<b>€ -262.571</b>	<b>€ -272.109</b>
Personeelskosten	€ -120.780	€ -90.930	€ -93.658	€ -96.468	€ -99.362
Programmakosten	€ -90.924	€ -71.801	€ -74.673	€ -77.660	€ -80.766
Overige programmakosten	€ -137.196	€ -81.771	€ -85.042	€ -88.444	€ -91.981
<b>C. Horeca</b>	<b>€ -318.305</b>	<b>€ -326.661</b>	<b>€ -286.300</b>	<b>€ -294.889</b>	<b>€ -303.736</b>
Personeelskosten	€ -109.375	€ -116.661	€ -70.000	€ -72.100	€ -74.263
Inkoop kosten horeca	€ -208.930	€ -210.000	€ -216.300	€ -222.789	€ -229.473
<b>TOTALE LASTEN</b>	<b>€ -2.757.910</b>	<b>€ -2.696.109</b>	<b>€ -2.779.523</b>	<b>€ -2.859.757</b>	<b>€ -2.944.992</b>
<b>Resultaat uit exploitatie kernfunctie</b>	<b>€ 19.336</b>	<b>€ -31.814</b>	<b>€ -17.991</b>	<b>€ -33.228</b>	<b>€ -50.129</b>
<b>C1. Zakelijke activiteiten (extra)</b>	<b>€ -38.325</b>	<b>€ 12.500</b>	<b>€ 12.500</b>	<b>€ 15.000</b>	<b>€ 20.000</b>
Resultaat	€ -38.325	€ 12.500	€ 12.500	€ 15.000	€ 20.000
<b>Resultaat exploitatie totaal</b>	<b>€ -18.989</b>	<b>€ -19.314</b>	<b>€ -5.491</b>	<b>€ -18.228</b>	<b>€ -30.129</b>
Mutatie Bestemmingsreserve covid-19	€ 59.672	€ -	€ -	€ -	€ -
Mutatie Algemene reserve	€ -40.683	€ 19.314	€ 5.491	€ 18.228	€ 30.129
<b>Resultaat totaal</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>

## 8.2 Subsidies en bijdragen

Losse projecten en nieuwe initiatieven vereisen vaak financiële ondersteuning van externe bronnen. Soms is dit in de vorm van een eenmalige injectie of opstart-budget, maar er zijn ook projecten die voor meerdere jaren afhankelijk blijven van externe financiering. Naast onze exploitatiesubsidie zijn we voortdurend actief in het aanvragen van aanvullende subsidies bij de gemeente, provincie, het rijk en private fondse.

Een voorbeeld hiervan is onze inzet op externe locaties die na verloop van tijd kunnen worden geïntegreerd in de reguliere exploitatie. Zo zien wij onze Tuin als een uitbreiding van onze zaalcapaciteit (700), waardoor we elk voorjaar grotere (internationale) artiesten en een meer divers programma kunnen aanbieden. Dit houdt onze relevantie naar boekers en management actueel en vergroot onze zichtbaarheid als podium. Door deze zaalcapaciteit worden de programmakosten hier gedekt vanuit ticketverkoop en horeca.

### Overige subsidies

	2026	2027	2028
Gemeente Deventer - Exploitatiesubsidie	€ 615.720	€ 634.191	€ 653.217
Gemeente Deventer - Plankosten Po1D	€ 100.000	€ 100.000	€ 100.000
Gemeente Deventer - Aanvullende Exploitatiesubsidie	€ 60.000	€ 61.800	€ 63.654

	2026	2027	2028
FPK Podiumregeling - Programma	€ 36.750	€ 36.750	€ 36.750
FPK Podiumregeling - Productiebijdragen	€ 29.400	€ 29.400	€ 29.400
FPK Podiumregeling Fair-Pay	€ 15.700	€ 15.700	€ 15.700
Gemeente Deventer (Cultuur)- Talenthouse	€ 17.500	€ 17.500	€ 17.500
Gemeente Deventer (Jeugd en Gezin) - Talenthouse	€ 7.500	€ 7.500	€ 7.500
Fonds Cultuur Participatie - Talenthouse	€ 48.538	€ 48.538	€ 50.000
Gemeente - NDC	€ 7.500	€ 7.500	€ 7.500
Provincie - Poppunt Overijssel	€ 52.850	€ 52.850	€ 52.850
Muziekhub Oost	€ 8.500	€ 8.500	€ 8.500
Gemeente Deventer - IVN	€ 20.000	€ 20.000	€ 20.000
Burger Business Friends	€ 15.000	€ 17.500	€ 20.000
Overige subsidies, nog te onwikkelen festival	€ 30.000	€ 30.000	€ 30.000

<b>TOTAAL</b>	<b>€ 289.238</b>	<b>€ 291.738</b>	<b>€ 295.700</b>
---------------	------------------	------------------	------------------



Altın Gün, 2025  
© Anne-marie Kok

Projecten die structureel afhankelijk blijven van externe financiering betreffen vooral talentontwikkeling. Dat Talentontwikkeling, één van onze kerntaken, niet structureel gefinancierd wordt is een groot risico. Zowel voor de doorontwikkeling van het programma en het personeel als voor de continuïteit van het programma. Ons doel voor de beleidsperiode 2026-2028 is om de financiering voor de programmaliijn Talentontwikkeling voor een structureel karakter te geven. Een deel van onze sponsorinkomsten labelen we aan onze springplankfunctie van talent. Dit kan een extra motivatie zijn voor sponsors om in te stappen. De productiebijdrage vanuit Fonds Podiumkunsten binnen de Podiumregling is voor ons van essentieel belang.

In het overzicht wordt inzichtelijk gemaakt hoe de benodigde exploitatiesubsidie zoals gehanteerd in de meerjarenbegroting 2026-2028 tot stand is gekomen en welke overige subsidies en bijdragen te verwachten zijn.

De exploitatiesubsidie zal in 2026 een indexatie van 4% krijgen. Voor de jaren 2027 en 2028 is een schatting gemaakt van de indexering van 3%. De subsidie voor plankosten Po1D is in de begroting verlengd tot het einde van de beleidsperiode omdat deze begroting ervan uitgaat dat Burgerweeshuis de gehele beleidsperiode haar activiteiten uitvoert aan de Bagijnenstraat en het proces en daarmee de kosten voor het herhuisvestingsdossier doorlopen. Deze verlenging is noodzakelijk om de kosten (deels) te kunnen blijven dekken.

De aanvullende exploitatiesubsidie loopt sinds 2021. Het incidentele karakter is hiermee duidelijk verdwenen. Voor 2026 wordt daarom € 60.000 aangevraagd ter compensatie van de indexering over de periode 2021-2025. Vanaf 2027 moet de indexering gelijklopen aan de reguliere exploitatiesubsidie.

Fonds Podiumkunsten heeft de aanvraag voor de periode juli 2025 – juni 2029 van Burgerweeshuis gehonoreerd. In totaal ontvangt Burgerweeshuis € 81.850 per jaar. Bestaande uit de programma-bijdrage, productiebijdrage en Fair-Pay gelden.



Temple Fang, 2025  
© Anne-marie Kok

De activiteiten voor Talent en Educatie worden, naast de horeca inkomsten tijdens de activiteiten en de verhuur van de oefenruimtes volledig gedekt door incidentele subsidies. De aanvraag bij Fonds Cultuurparticipatie voor Deventer Talenthuis 2026 & 2027 is ingediend en wordt op dit moment beoordeeld. Daarnaast zal Burgerweeshuis bij de afdelingen Cultuur én Jeugd en Gezin een meerjarige subsidie aanvragen.

Voor het programma New Deventer Collective zal Burgerweeshuis een aanvraag bij de Gemeente Deventer indienen voor € 7.500 per jaar. De doelstelling is om deze subsidie meerjarig te ontvangen zodat de continuïteit kan worden gewaarborgd.

De provincie Overijssel heeft de aanvraag vanuit Poppunt Overijssel gehonoreerd voor de periode 2025-2028. Per jaar ontvangt Poppunt Overijssel € 217.108 voor talentontwikkeling in de provincie. Per jaar zal Burgerweeshuis (net als Hedon en Metropool) € 52.850 ontvangen als bijdrage vanuit Poppunt Overijssel voor Talentontwikkeling.

Burgerweeshuis heeft als doel om het bevrijdingsfestival In Vredes Naam door te ontwikkelen en verder uit te bouwen. Hiervoor zal een meerjarige subsidie worden aangevraagd bij de Gemeente Deventer van € 20.000.

Burgerweeshuis ontvangt jaarlijks een bijdrage vanuit Muziekhub Oost van € 8.500. Deze kan worden ingezet voor Talentontwikkeling.

Zoals eerder benoemd in het plan hebben we de ambitie om de groep ondernemers in de club Burger Business Friends de aankomende periode te laten groeien.

## 8.3 Eigen vermogen en weerstandsvermogen

### Het eigen vermogen bestond op 31 december 2024 uit:

Eigen vermogen	
Algemene reserve	€ 378.124
Bestemmingsreserve Club van de Toekomst	€ 40.188
Bestemmingsreserve externe evenementen	€ 105.000
<b>Totaal</b>	<b>€ 523.312</b>

De bestemmingsreserve voor de club van de toekomst is specifiek bedoeld om financiële tegenvallers op te vangen die voortkomen uit de verbouwing/verhuizing die nog komen gaat en de bestemmingsreserve voor externe evenementen is bedoeld om het hoge risico voor evenementen af te dekken. Hieruit wordt ook de continuïteit van evenementen geborgd. De continuïteit van activiteiten van Burgerweeshuis en de activiteiten binnen talent & educatie dient geborgd te worden vanuit de algemene reserve. De gemeente hanteert een eis van 10% van de omzet als reserve.

In de vorige beleidsperiode is de algemene reserve en daarmee het weerstandsvermogen gegroeid. Op 31-12-2024 was, zoals in de tabel te zien is, de algemene reserve € 378.124. De benodigde reserve van 10% van de omzet was € 277.725. Dit levert een weerstandsvermogen van 1,36. Dit is voldoende.

Gedurende de periode 2025-2028 zijn we volgens de begroting genooddaakt om in te teren op ons eigen vermogen. Hiermee neemt het weerstandsvermogen elk jaar af, tot 1,05 in 2028.

## Weerstandsvermogen

	31/12/24	31/12/25	31/12/26	31/12/27	31/12/28
Bestemmingsreserve club van de toekomst	€ 378.124	€ 358.810	€ 353.319	€ 335.091	€ 304.961
Bestemmingsreserve club van de toekomst	€ 40.188	€ 40.188	€ 40.188	€ 40.188	€ 40.188
Bestemmingsreserve externe evenementen	€ 105.000	€ 105.000	€ 105.000	€ 105.000	€ 105.000
<b>Totaal reserves</b>	<b>€ 523.312</b>	<b>€ 503.998</b>	<b>€ 498.507</b>	<b>€ 480.279</b>	<b>€ 450.149</b>
Eis 10% jaarmzet	€ 277.725	€ 266.430	€ 276.153	€ 282.653	€ 289.486
Weerstandsvermogen t.o.v. de algemene reserves	1,36	1,35	1,28	1,19	1,05



*Knives, In Vredes Naam, 2025*  
© Thijs Blom

