

MATROSE

2025
-
2026

twojarige
subsidie aanvraag
Theatergroep MATROSE



Inhoudsopgave

p. 3 _Missie en visie

p. 5 _Team

p. 6 _Activiteiten 2025 & 2026

Thematiek 2025 & 2026

Winterkinderen

Impactprogramma Spijbelspa

Club Kafka

Impactprogramma Guerilla expositie

Sidis.FM

Impactprogramma Podcast Sidis.FM

p. 15 _Betekenis voor de stad

p. 16 _Publiek

Doelgroepen

Marketingstrategie

Verbindingen

Publiekswerking

p. 18 _Codes

Toegankelijkheid

Bedrijfsvoering

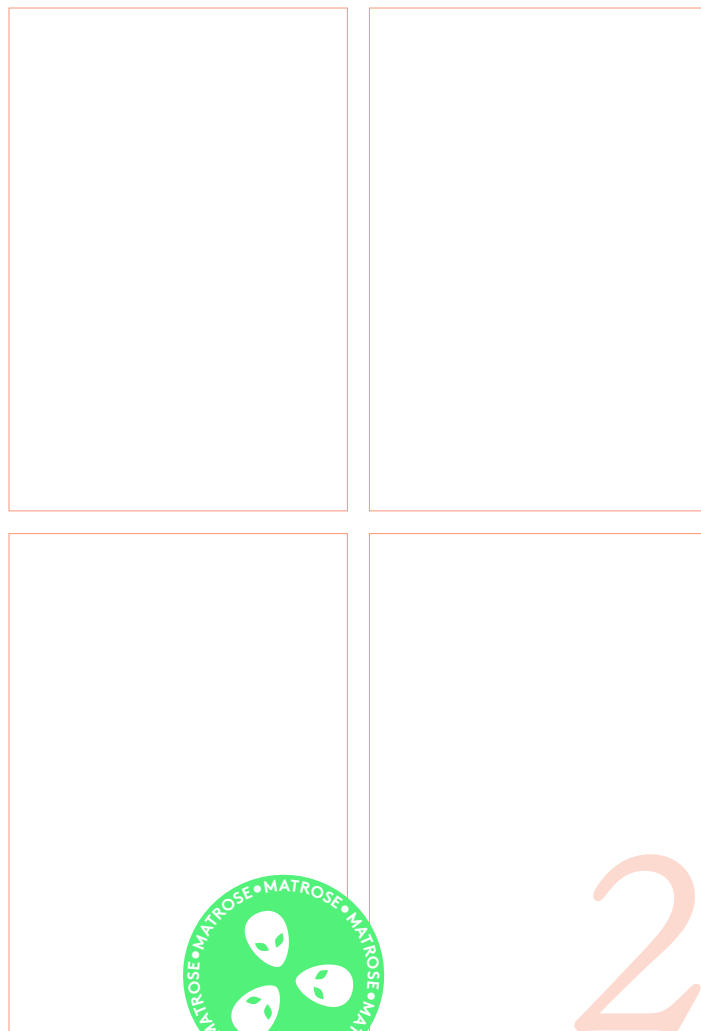
Diversiteit, inclusie, Gelijkwaardigheid

Governance Code cultuur

Fair practice code

Duurzaamheid

p. 20 _Afsluitend woord



MISSIE & VISIE

MATROSE maakt hardcore klassiekers als 360° theateronderdompelingen, op bijzondere Utrechtse locaties, over mensen die worstelen om zichzelf te omarmen.

Stichting MATROSE is opgericht in 2017 en is ontstaan vanuit de vriendschap tussen Manon, Marieke en Jordy. Ze ontmoetten elkaar 15 jaar geleden op het MBO in Zwolle om vervolgens samen te gaan studeren aan de HKU. De makers vinden elkaar in humor en open- en eerlijkheid naar elkaar en hun publiek. Ze maakten Koning Oedipus voor het Cafe Theater Festival en het jaar daarop Op hoop van zegen. Het idee: een klassieker in twintig minuten geperst. Met een flinke dosis humor en theatrale vondsten veroverden ze vele harten van theaterliefhebbers en nieuw theaterpubliek en wonnen ze prijzen. Stichting MATROSE is geboren.

In de afgelopen jaren heeft MATROSE veel mogen ontdekken en diverse producties mogen maken, van een grote zaalproductie De Zuiderzeewet in Dronten met 100 amateurspelers tot een festival tournee met The Crucible. Ze speelden in bossen, scholen, weilanden, schouwburgen en festivals. Sinds 2018 zijn ze aangesloten bij het impresariaat Het Verteltheater waarbij ze schoolvoorstellingen spelen in theater en scholen in heel Nederland. In 2021 werden de eerste stappen gezet in het professionaliseren van de organisatie. MATROSE sloot aan bij platform Onafhankelijk Makersoverleg Utrecht (UP-lift). Ook sloot marketeer en zakelijk leider Sanne Oostenga aan bij het gezelschap. De organisatie werd op zakelijk en artistiek vlak 'gezonder' en sterker.

2022 was een ambitieus jaar voor het gezelschap. DIEHARD FAIRY ging met succes in première. Een voorstelling over het belang van rolmodellen en genderdiversiteit. Klassieke verhalen worden afgewisseld met persoonlijke verhalen van de makers. De voorstelling heeft meer dan 50 keer gespeeld voor 3600 bezoekers door heel Nederland. Na DIEHARD FAIRY wilde MATROSE hun onderzoek naar onderdompeling verbreden door de voorstelling BELLE te maken, een 360° theateronderdompeling door alle hoeken van Slot Zuylen, waarin je met een glas champagne door het verhaal van BELLE heen dwaalt.

Personages verschijnen in de gangen en je zit op de huid van de acteurs terwijl het verhaal van BELLE wordt gespeeld. De eindregie was in handen van Jolmer Versteeg (Theatergroep de Jonge Honden). De voorstelling was een daverend succes en heeft een uitverkochte speelreeks gehad met ruim 1400 bezoekers waaronder scholieren, studenten en nieuw publiek uit Utrecht en ver daarbuiten.

Op uitnodiging en met steun van de Stadsschouwburg Utrecht heeft Matrose de voorstelling in 2024 in reprise genomen, met opnieuw een uitverkochte speelreeks met ruim 1700 bezoekers onder eindregie van Joep Hendrikx (Poezieboys). Dit gaf MATROSE de kans om twee seizoenen geen nieuwe productie te maken maar bestaand repertoire te spelen. Ze hebben de tijd genomen om te reflecteren op het gezelschap en de taakverdeling te verhelderen. Daarnaast heeft MATROSE met behulp van de ontwikkelsubsidie van de gemeente Utrecht en onder de vleugels van het NUT (Nieuw Utrechts Toneel) in 2023 een onderzoek gedaan waarin ze nieuwe vormen van immersief theater hebben ontdekt in binnen- en buitenland.

MATROSE heeft ervoor gekozen om minder producties te produceren en geen nieuwe tourende schoolvoorstellingen te maken bij het impresariaat zoals de afgelopen jaren. Wel blijven ze jong publiek ontvangen bij de producties op bijzondere locaties. Door minder te produceren, meer kennis en verschillende perspectieven in huis te halen kunnen ze op een duurzame en gezonde manier bijzondere voorstellingen maken voor een breed publiek.

Saskia Tilanus, programmeur Stadsschouwburg Utrecht schrijft over de ontwikkeling van MATROSE:

"Al sinds hun afstuderen aan HKU Theater volg ik Theatergroep MATROSE. Het is opvallend hoe zij hun aantrekkelijke, optimistische en publieksvriendelijke stijl steeds slimmer inzetten. Hun enthousiasmerende voorstellingen vertolken bekende of onbekendere volksverhalen, van Oedipus tot het verhaal van Belle van Zuylen. Door de thematieken steeds dichter naar zichzelf te trekken, heeft hun werk aan doeltreffendheid gewonnen. Zo was DIEHARD FAIRY een geslaagde voorstelling voor jongeren over hoe sprookjes een beeld vertegenwoordigen waarin velen zich niet herkennen. Op stevige persoonlijke grond durfden Manon, Jordy en Marieke de verhalen om te buigen naar versies waarin zij zich wel willen en kunnen herkennen. Toch ontbreekt ook nuance niet,

ondanks de uitgesproken stijl en het brutale geen-blad-voor-de-mond-imago van MATROSE. Zo was hun meest recente voorstelling BELLE in mijn ogen de kers op de taart van hun kunnen tot nu toe; een voorstelling die zo perfect op locatie past en daarmee Utrechts Erfgoed deelt, met daarin de coming-of-age van BELLE van Zuylen. Een vrouw die veel lef had, grenzen verlegde en opkwam voor minderheden, maar welke minderheden? Met welke privileges kon zij de barricade op? De voorstelling sloot zowel naadloos aan op de oudheid van Slot Zuylen als op de actualiteiten van onze maatschappij. Het was geen ode, maar een kritische blik op inclusiviteit. Daarbij was het een waar theaterfeestje, een beleving waardoor mijns inziens zelfs ons nieuwe kabinet zou moeten toegeven dat theater best leuk kan zijn."

MATROSE gelooft in de kracht van het (her)vertellen van gezamenlijke verhalen. Verhalen helpen ons om onszelf en de werkelijkheid te vatten. MATROSE gebruikt (klassieke) verhalen uit de literatuur en/of de geschiedenis. Ze geloven in het herinterpreteren van de canon. MATROSE leest een mogelijkheid in de verhalen en laat die potentie naar boven komen. Door de afstand tot deze verhalen kunnen ze samen reflecteren op de thema's in die verhalen, om erachter te komen dat we hier al eeuwen mee worstelen. Echter, hoe actueel die thema's ook blijven, de plot

en personages in deze verhalen (vaak) niet. MATROSE vindt dat die verhalen rigoureus bewerkt moeten worden zodat ze aansluiten bij onze maatschappij, in de taal van nu, met personages van nu, voor het publiek van nu. Zonder het origineel uit het oog te verliezen.

De voorstellingen zijn 360° theateronderdompelingen waarin de grens tussen scenische ruimte en publieksruimte is opgeheven. Het publiek zit en beweegt zich door de gecreëerde wereld waarin de grenzen van het decor niet te zien zijn. De verbeelde ruimte staat centraal. De acteurs spelen tussen en met het publiek. Het geluid komt vanuit verschillende hoeken en het theater omringt het publiek.

In de interactie met het publiek zijn ze op zoek naar de zogeheten 'entrepeneurial participation'. Het publiek krijgt op een elegante manier verschillende keuzemomenten waarin ze kunnen kiezen of ze wel of niet mee participeren op verschillende levels van participatie. Dit kan het verrichten van een kleine handeling zijn tot het vrij bewegen door de ruimte. Als publiek ben je op een ongedwongen manier onderdeel van de vertelling. Op deze manier geeft MATROSE het publiek een overdonderende individuele ervaring waarin ze samensmelten met de voorstelling.



TEAM

MATROSE bestaat uit een vaste kern die per productie aangevuld wordt met freelancers. Het vaste team bestaat uit:

Manon Poort (zij/haar) - Maker, speler, schrijver

Manon (1989) is naast MATROSE werkzaam als theatermaker bij Theater Totaal en geeft les aan verschillende doelgroepen zowel binnen het VO als ouderen die met kanker te maken hebben

Marieke Braaksma (zij/haar) - Artistieke leiding, maker, speler, educator

Marieke (1993) is werkzaam als docent, educatie & theatermaker en publiekswerker bij o.a. het NUT, Het Filiaal, de Toneelmakerij, Studio Figur, Theaterschool Utrecht.

Jordy Roeten (hij/hem) - Artistieke leiding, maker, speler, schrijver

Jordy (1994) is werkzaam als docent theatermaken op Fontys Academy of the Arts in Tilburg. Hij heeft ruime ervaring als publiekswerker en educator bij o.a. het NUT en Theater Utrecht. Ook is hij de oprichter van de Wijkjury Utrecht.

Sanne Oostenga (zij/haar) - Zakelijke leiding/marketing

Sanne (1992) is naast de zakelijke leiding van MATROSE ook als fondsenwerver en marketeer betrokken bij o.a. Theatergroep de Jonge Honden, YoungGangsters en SHIFFT.

Zarah Ruwhof (zij/haar) - Productieleider

Zarah (1993) heeft ruime ervaring als productieleider bij o.a. Theater Artemis, Suburbia, Schiermonnikoog festival en Bonte Hond.

Merel Eigenhuis (zij/haar) - Dramaturgie

Merel (1993) is werkzaam als docent dramaturgie en theatermaken aan Fontys Academy of the Arts in Tilburg en de Koningstheateracademie in Den Bosch. Ook is ze als freelance dramaturg betrokken bij verschillende gezelschappen.

Niek Lathouwers (hij/hem) - Sound Designer

Niek (1990) is muzikant en oprichter van De Baron. Hij werkt als componist voor O.A. George en Eran producties en de podcast 'Er is iets vreemds gebeurd'.

In 2025-2026 wordt het team (tijdelijk) uitgebreid met interdisciplinair kunstenaar Caz Egelie (Winterkinderen), (eind)regisseur Joep Hendriks (Winterkinderen), schrijfcoach Anouk Saleming (Winterkinderen), eindregisseur Yahmani Blackman (Club Kafka), lichtkunstenaar Zalán Szakács (Club Kafka), schrijfcoach Sanne Schuhmacher (Sidis.FM) en scenograaf Yannick Verweij (Sidis.FM).

ACTIVITEITENPLAN 2025 - 2026



WAT ZIEN WE ALS (DE WAARDE VAN) KENNIS?

In 2025 -2026 onderzoekt MATROSE de waarde van intelligentie en kennis in onze maatschappij. Wanneer vinden we iemand slim of dom? Welke ongelijkheid ervaar je als praktisch (laag) opgeleid mens in onze maatschappij ten opzichte van theoretisch (hoog) opgeleide mensen? En wat zegt dit over je (eigen) waarde?

Manon, Marieke en Jordy komen uit families waarin het niet vanzelfsprekend is om te studeren in het hoger onderwijs. Veel van hun familieleden doen praktisch werk, op de markt, in fabrieken, winkels en bakkerijen. Zelf zijn ze alle drie via het VMBO en MBO doorgestroomd naar het HBO.

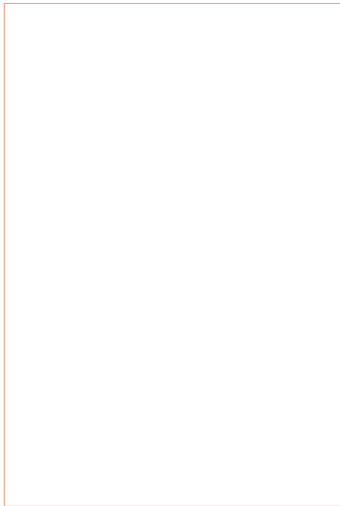
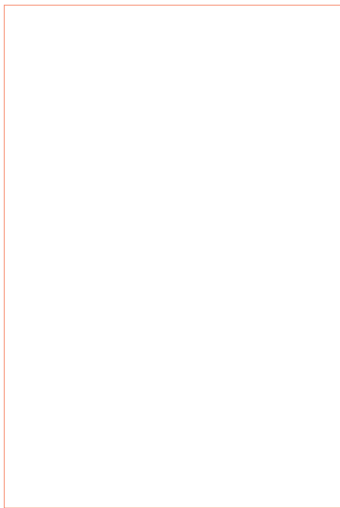
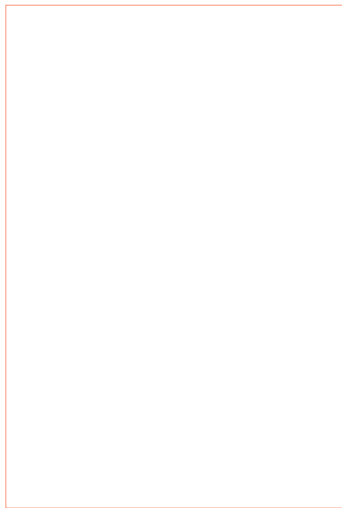
Ondanks dat zij ondertussen een HBO-opleiding hebben afgerond, herkennen en ervaren ze het gevoel van je dom voelen en de verlamdende werking daarvan. Deze zelftwijfel herkennen zij bij veel praktisch opgeleide mensen om hen heen. Al vroeg in het onderwijs krijg je te horen dat je hard moet leren voor een toets zodat je hoge cijfers kan halen. Hoge cijfers zorgen voor een hoge eindtoetsscore wat zorgt voor een hoger opleidingsniveau. Hierdoor krijg je een betere baan, een modaal inkomen, een koophuis in een goede buurt en heb je meer kans op een betere en stabielere toekomst. Dit impliceert dat het onderwijssysteem voor iedereen hetzelfde werkt en het leven maakbaar is. En vooral kan dit zich uiten in zelftwijfel en pijnlijke gedachten: heb ik niet goed genoeg mijn best gedaan?

Na het (basis)onderwijs is discriminatie op basis van diploma en opleidingsniveau een probleem. MBO'ers worden geweigerd uit kroegen. Er worden datingapps, autoverzekeringen en zwangerschapsgymnastiek voor enkel hoger opgeleiden aangeboden. Op deze manier wordt 'hoger opgeleid' tot een identiteit gemaakt. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat volwassenen die hoger opgeleid zijn minder waardering hebben voor mensen die niet naar de universiteit of hoger onderwijs zijn geweest.

Volgens Johannes Visser, correspondent Onderwijs bij de Correspondent, schuilt hieronder een (verouderd) verlichtingsidee: kennis leidt tot beschaving en moreel handelen. Er wordt daardoor nog steeds uitgegaan dat mensen die minder onderwijs hebben gehad, minder beschaafd zijn en minder goed kunnen samenleven.⁽¹⁾

MATROSE wil dit valse idee ontrafelen en ontmantelen door het maken van drie producties. Per productie ontleden ze een deel van deze thematiek in de drie domeinen waarin het zich afspeelt: het onderwijs, de werkvloer en het sociale leven. Deze producties spelen ze voor een mix van praktisch en theoretisch opgeleid publiek vanaf 15 jaar op bijzondere Utrechtse locaties. Zie hieronder de plannen voor deze drie producties, genaamd Winterkinderen, Club Kafka en Sidis.FM.

(1) <https://decorrespondent.nl/15398/praktisch-werk-laag-en-theoretisch-werk-hoog-deze-bakkerij-rekent-ermee-af/8c088c98-d19d-0e19-2897-b1954dc83e84>



PRODUCTIE 1

Winterkinderen

Over druk van het onderwijs op kinderen door de eeuwen heen.

Locatie: Domtuin en Domtoren

Periode: maakproces januari - april 2025,
speelperiode v.a. april 2025 Openbare voorstellingen &
schoolvoorstellingen voor bovenbouw VO

Partners: Stadsschouwburg Utrecht
De Domtoren/ Utrecht Marketing
Creative College

Een nieuwe toneeltekst gebaseerd op verhalen van de Domschool (700 A.D., de eerste school van Utrecht), de verhalen van winterkinderen uit het onderwijs rondom het kinderwetje (1874) en verhalen uit het hedendaagse onderwijs.

Thematiek

Een voorstelling over de constante druk van ons onderwijssysteem op docenten, leerlingen en hun ouders. Hoe een constant gevoel van falen leidt tot (zelf)destructie. Hoe we leerlingen in hun kracht kunnen zetten in plaats van ze laten vechten tegen een verzonnen norm.

Plot

De voorstelling Winterkinderen speelt zich af op een middelbare school die een samensmelting is van het hedendaagse onderwijs en de domschool. Deze voorstelling wordt gespeeld op de plek waar de eerste school van Utrecht stond. Er zijn klassen voor zomer- en winterkinderen. Zomerkinderen gaan het gehele jaar naar school en worden opgeleid tot priesters en dokters. De winterkinderen gaan alleen in de winter naar school, omdat ze in de zomer hun ouders moeten helpen op het land om genoeg geld te verdienen. Deze leerlingen leren enkel lezen en schrijven.

De voorstelling is opgebouwd als een reconstructie en start met een geweldsincident waarin een leerling haar docent slaat in de Domtuin tijdens de pauze. De leerling rent weg over het Domplein, terwijl de docent wordt afgevoerd in een ambulance. Tussen de

achteloze winkelende mensen verschijnt de moeder op de fiets om verhaal te halen en komt de directrice aangereden om de situatie te controleren. Er wordt uitgezocht wat er is gebeurd om te bepalen of de leerling van school gestuurd wordt, iets waar moeder fel tegen is. Tijdens de voorstelling kom je erachter dat er geen boeman is: alle personages vechten tegen hetzelfde systeem (en het is weliswaar een historische reconstructie, maar het systeem is nog hetzelfde als vandaag de dag). We zien momenten uit de klas hoe de leerling constant onder druk wordt gezet door haar docent om te presteren. Echter zie je ook een docent die overwerkt is doordat hij lesgeeft aan meerdere klassen tegelijkertijd. Daarnaast zie je de moeder strijden voor de toekomst van haar kind, die ze een "betere" toekomst wil geven dan de andere winterkinderen.

Deze druk wordt de leerling te veel en uit zich in agressie. Na het incident probeert ze weg te vluchten en rent de toren in. Als publiek achtervolgen we haar en ontvouwt zich meer en meer van het verhaal. Na de enorme kerkklokken, de stoffige opslagzolders en de smalle trappen kom je uit op de top van de Dom, waar de leerling ontdekt dat ze liever met haar handen werkt en daar meer kennis over op doet. Op het land.

Vorm

De voorstelling voelt als een achtervolging vanaf het schoolplein in de Domtuin, via het plein richting het hoogste punt van de Domtoren. Als publiek wordt je ingedeeld in een klas van zomer- of winterkinderen. Het ene moment zit je als een leerling achter een schooltafel met je eigen broodtrommel en maak je een toets, het andere moment moet je op gesprek komen bij de directie om te vertellen over het geweldsincident. Je vlucht met de leerling mee de toren in. Naarmate de tocht, kom je steeds meer in het hoofd van de leerling waarin haar beleving de ruimte overneemt.

De Gotische bouwstijl wordt tot leven gewekt in een school vol kaarslicht, stoffige krijtborden, Gregoriaanse zang en de massieve klokken van de Dom, maar dit alles met een moderne twist in kleuren, materialen en beats.

De voorstelling speelt vier weken lang in en rondom de Domtoren. Naast Manon, Marieke en Jordy staat er nog een extra acteur op de vloer. Daarbij zullen vijf studenten van het Creative College meespelen als figuranten in de groepsscènes. De eindregie is in handen van Joep Hendrickx en schrijfcoaching door Anouk Saleming. De vormgeving en kostuums worden ontworpen door beeldend kunstenaar Caz Egelie.

IMPACTPROGRAMMA

MATROSE creëert impact programma's rondom haar voorstelling met als doel om de voorstelling ervaring te verlengen, te verdiepen en een brug te slaan tussen het werk en het publiek.

Als startfase van het maakproces wil MATROSE haar doelgroep leren kennen en betrekken. Dit doen ze door toe te werken naar een verdiepend (eind)product met de doelgroep. Dit project wordt gebruikt als publiekswerking en educatie. Op deze manier willen de Manon, Jordy en Marieke hun docentschap gericht inzetten binnen het makerschap en het publiek actiever en directer te betrekken in het maakproces.

Voor hen is de waarde van publiekswerking/educatie nét zo belangrijk als de voorstelling. Zo vindt er een constante uitwisseling plaats.

DE SPIJBELSPA (onderdeel van Winterkinderen)

Periode: 10 en 11 februari 2025

Partners: Academie Tien

Nut (Nieuw Utrechts Toneel)

Het Nut heeft een faciliterende functie in dit proces. Publiekswerker Job Kuhlkamp ondersteunt het project waar nodig.

MATROSE creëert een spijbelspa voor de circa 550 bovenbouw leerlingen van Academie Tien en hun docenten ter voorbereiding op de voorstelling Winterkinderen, waarin er samen op theatrale wijze nagedacht wordt over de druk die leerlingen en docenten ervaren binnen het onderwijs.

De leerlingen zitten nietsvermoedend in de les. De docent geeft aan dat die naar de wc gaat en dat de leerlingen verder moeten werken. Wanneer de docent verdwenen is komt er iemand van MATROSE binnen die aangeeft dat we gaan spijbelen van school. Ze worden meegenomen naar een huiswerkbalie waarin verschillende medewerkers klaar zitten om hun huiswerk over te nemen. De leerlingen mogen de medewerkers een opdracht geven wat ze willen dat we van ze overnemen. De medewerkers voeren de opdracht van de leerlingen uit. Vervolgens komen de leerlingen aan in een compleet ingerichte spa waar ze mogen ontspannen. Ze kunnen muziek luisteren, hun haren of nagels laten doen of

gemasseerd worden, door ingehuurde specialisten en studenten van het MBO Beauty College in Overvecht. De specialisten vertellen wat ze mooi vinden aan het werken met hun handen. En vervolgens gaan de leerlingen met MATROSE en elkaar op theatrale wijze in gesprek over de druk die ze voelen op school, en welke verwachtingen er heersen over opleidingsniveau en de daarbij behorende toekomst. Alle bovenbouwklassen van alle leerwegen zullen deze ervaring meemaken. Ook het docententeam wordt uit een vergadering gehaald om de spijbelspa te doorlopen.

Dit alles wordt gefilmd door een filmmaker en gemonteerd tot een visueel kunstwerk wat zichtbaar is bij de voorstellingen Winterkinderen. Vervolgens bezoeken de leerlingen en docenten de voorstelling.



PRODUCTIE 2

CLUB KAFKA

Berghain meets Kafka

Een viering van het MBO

Locatie: Kabul a GoGo*

Periode: maakproces: oktober - februari 2025/2026

Speelperiode: februari 2026

Partners: Stadsschouwburg Utrecht
Creative College Overvecht

*** Nog in gesprek**

Een nieuwe toneeltekst geschreven door MATROSE op basis van het Kasteel door Franz Kafka en gesprekken met studenten van het Creative College. De voorstelling wordt gespeeld in de grootste nachtclub van Utrecht.

Thematiek

Club Kafka wordt een voorstelling over de uitsluiting van MBO'ers op basis van opleidingsniveau. MBO'ers worden nog te vaak geweigerd in kroegen en clubs omdat ze niet 'binnen het beoogde publiek' passen. Ze worden niet gezien als studenten en krijgen nog maar sinds kort een studenten-OV kaart en vaak nog geen kortingen die een student aan het HBO of de Universiteit wel krijgen. Er bestaan datingapps, yogaclubjes en autoverzekeringen voor theoretisch opgeleiden, omdat theoretisch- en praktisch opgeleid zijn tot een identiteit wordt gevormd, wat gecreëerd wordt door bedrijven als een verdienmodel. Dit komt

vanuit de gedachte dat mensen op zoek zijn naar gelijkgestemden. Echter gaan deze overeenkomsten niet over opleidingsniveau, maar over gedeelde normen en waarden die niets te maken hebben met diploma's. De voorstelling zoomt in op deze ongelijkheid en de ervaring die daarbij komt kijken. Hoe vecht je voor je rechten als je niet weet tegen wie je moet vechten? En wat doet dit met je zelfbeeld?

Plot

In een eindeloos durende kafkaëske nacht ontmoet je 'K', een persoon die is uitgenodigd door de club, maar bij aankomst niet naar binnen mag (ondanks

dat K een ticket heeft en de juiste dresscode draagt). De club beroept zich op het recht om een ieder te mogen weigeren om de safe space te bewaken. K zijn ticket wordt afgepakt en hij krijgt te horen dat hij het later nog eens moet proberen. Hij valt in slaap achteraan in de rij, maar wordt gewekt door twee bewakers met de mededeling dat hij hier alleen mag slapen als hij een ticket heeft. K geeft aan dat hij zijn ticket afgepakt is door de vorige bewaker. Hij kan een nieuw ticket kopen bij binnenkomst. Maar zonder ticket komt hij niet binnen. De club overlegt wat de mogelijkheden zijn en tot die tijd mag hij in de rij blijven wachten. Opnieuw probeert K erachter te komen waarom hij wordt geweigerd. En keer op keer krijgt hij het antwoord dat ze eenieder mogen weigeren om de safe space te bewaken. K vraagt zich af welke safe space, voor wie dat veilig moet zijn en hoe hij in godsnaam zorgt voor onveiligheid.

Hij probeert antwoorden te krijgen bij clubgangers die wel naar binnen mogen, maar deze mensen lijken niet na te denken over deze vragen. Ook willen ze niet te veel met K geassocieerd worden uit angst dat ze zelf niet meer naar binnen mogen. De club biedt hem een baan aan als schoonmaker in de club terwijl hij wacht. K neemt de baan aan in de hoop dat dit zijn kansen vergroot. Terwijl hij bij de wc's staat wordt hij scherp in de gaten gehouden door twee bewakers die bang zijn dat hij zich gaat mengen met de clubgangers. K komt er via een clubganger achter dat Herr Kamm over de gastenlijst gaat. Hij hoort dat barvrouw Frieda Herr Kamm kent. Hij probeert haar te versieren in de hoop dat hij op deze manier dichterbij Herr Kamm komt. Echter wordt deze liefdesrelatie door de club verboden. Ook

10

barvrouw Frieda blijkt geen interesse meer in hem te hebben wanneer ze erachter komt dat hij geweigerd is bij de ingang.

In de gangen ontmoet K andere K's die ook geweigerd zijn. De K's willen niet met elkaar geassocieerd worden bang dat dit hun kansen om binnen te komen te verkleinen. De K's raken steeds meer geïsoleerd van de andere clubgangers. Tot ze uiteindelijk door Herr Klam op de gastenlijst komen te staan. Ze krijgen een ticket en mogen opnieuw achteraan in de rij aansluiten. Samen.

Vorm

Club Kafka is een trippy ervaring in een doolhof van wachtrijen en achteraf gangetjes rondom de dansvloer in de nachtclub. Als publiek heb je een ticket gekregen voor het feest van de Club. Jij bent, net als K, niet welkom op het feest. Vanuit daar dwaal je met je mede-clubgenoten in de gekte van het nachtleven. Je wordt aangesproken als clubganger en je voelt je niet welkom tot dat je de andere groepen K's ontmoet bij de dansvloer. Een beklemmende, vervreemdende ervaring op stampende technobeats met het gevoel van een paranoiathriller. Inclusief hypnotiserende lichtkunst van Zolán Szakács, gemaakt met 70

studenten van het Creative College in Overvecht. Onder eindregie van Yahmani Blackman.

De voorstelling wordt gespeeld door Marieke, Manon en Jordy en naast hun nog twee acteurs. Zij zullen de rollen op zich nemen van de verschillende K's. Daarnaast maken ze de voorstelling met de gehele opleiding Performance van het Creative College. Circa 70 studenten die in twee groepen afwisselend de voorstelling zullen spelen. De voorstelling focust zich op een mix van jongvolwassenen die interesse hebben in de thematiek en het nachtleven die we via de achterban van de spelers benaderen en online reclame maken via ons eigen platform, dat van de studenten en de nachtclub. We zijn op zoek naar een theaterminnend publiek dat we bereiken via de Stadsschouwburg Utrecht en die een link voelen voor de moderne bewerking op het verhaal van het Kasteel van Kafka.

IMPACTPROGRAMMA: GUERRILLA EXPOSITIE

Periode: September/oktober 2025

Rondom de voorstelling van Club Kafka wordt er een reizende guerrilla expositie gemaakt met 25 portretten van studenten van het MBO Creative College (opleiding: performance). Het zijn krachtige foto's waarin de studenten losbreken, op de barricade staan, strijden om ergens naar binnen te mogen komen en gevierd te worden, met daarbij een quote waarin de studenten vertellen wanneer ze ergens niet welkom waren door diens opleidingsniveau. De expositie reist door Utrecht in de openbare ruimte, startend op het schoolplein van het Creative College in Overvecht en eindigend bij Kabul a go go tijdens de speeldagen.

De foto's worden onder begeleiding van een professionele fotograaf gemaakt door studenten van de mbo opleiding Audiovisueel specialist. Ook wordt de opgehaalde informatie van dit project gebruikt ter inspiratie voor het maakproces van Club Kafka en gebruiken we het als moment om de studenten beter te leren kennen.



PRODUCTIE 3 SIDIS.FM

**Een intiem surround sound
hoorspel over de man met het
hoogste IQ uit de geschiedenis
1 leegstaand huis , 1 acteur, 4
bezoekers, 20 speakers.**

Locatie: Leegstaande huizen in Utrecht (Overvecht),
Arnhem en Alkmaar.

Periode: september 2025- 15 minuten pilot gespeeld in
Utrecht & Alkmaar. Juni -oktober 2026 volledige
voorstelling gespeeld in Utrecht, Alkmaar & Arnhem

Partners: Stadsschouwburg Utrecht

Festival Karavaan /theater de drukkerij*

Hoogte 80*

*** Nog in gesprek**

Thematiek

Welke waarde hechten we aan welke kennis? Ben je
meer waard als je meer weet? MATROSE vraagt zich af
welke informatie de maatschappij ziet als kennis en
wanneer we iemand bestempelen als intelligent?

Plot

Je komt op bezoek bij William James Sidis, de man
met het hoogste IQ uit de geschiedenis. Geboren
in 1898 in de VS. Opgevoed als een experiment door
zijn ouders om hem zo snel mogelijk, zoveel mogelijk
kennis aan te leren. William kon met 6 maanden al
met bestek eten, omdat zijn ouders hem afstrafte
wanneer hij met zijn handen at. Op zijn tweede sprak
hij Latijn. Binnen een jaar had hij de hele basisschool
doorlopen en op zijn 16e studeerde hij cum laude af
aan Harvard University. Dit wonderkind werd scherp

in de gaten gehouden door de media, waarin de pers
artikelen publiceerde over zijn ontwikkeling. Dit tot
grote frustratie van William, tot hij zich terugtrok
uit het academische leven en alleen nog maar
ongediplomeerd werk wilde doen met zijn handen.

Hij werkte als typist en sloot zich op in zijn
huis, terwijl hij naar de radio luisterde (wat een
nieuwe uitvinding was in die tijd). Ondanks zijn grote
intelligentie wist William James Sidis niet hoe hij zich
moest scheren, hoe hij moest koken en hoe hij relaties
aan moest gaan met andere mensen, omdat dit hem
nooit geleerd is.

Vorm

Je wordt als publiek naar een adres gestuurd ergens
in een wijk. Je pakt de sleutel onder de mat vandaan,
je opent de deur en stapt het huis binnen. Je hoort
in een kamer de radio aan gaan. Overal liggen
ongeopende brieven, kranten en open blikken. Terwijl
je rondloopt, de uitvindingen uitgetekend op de
muren ziet, hoor je ergens in de verte een tik geluid.
Je volgt het tikgeluid en ziet iemand in een kamer
werken achter een typemachine. Op het moment dat
de acteur jou ziet gaat hij voorzichtig het contact
met je aan. Langzaam verplaatst het geluid van de
radio zich door de hele ruimte. Het geluid stuurt je
door het huis en je wordt in de verschillende kamers
meegenomen in het verhaal Sidis.

De voorstelling krijgt een korte pilot in
september 2025 bij Theater de Drukkerij van Festival
Karavaan waarin we een 15 minuten-versie laten
zien van de voorstelling, en de onderdompeling
onderzoeken met een gericht publiek.
We ontwikkelen dit verder om in juni 2026 te spelen
op Theaterfestival Karavaan (in gesprek), Hoogte
80 en in Utrecht met de Stadsschouwburg Utrecht.
Er wordt onderzocht of de voorstelling op meerdere
theaterfestivals kan spelen. Deze productie maken
we met behulp van Niek- Jan Lathouwers, die zich
specialiseert in deze manier van audio maken. We
betrekken Sanne Schumacher als schrijfcoach. De
vormgeving van de ruimte wordt gedaan door Yannick
Verweij.

12

IMPACTPROGRAMMA: PODCAST SIDIS.FM

januari 2025 - pilotjaar 1 podcast

januari 2026 - 2 podcasts (in totaal 3)

Het impactprogramma bestaat uit drie podcast afleveringen van circa 10 minuten, over welke informatie we als kennis zien en welke waarde we daar aan geven. Net als de voorstelling is dit een intiem randprogramma en wordt er ingezoomd op individuele verhalen. De podcasts zijn documentairehoorspelen waarin drie Utrechters hun ervaringen vertellen rondom deze thematiek. Het verhaal wordt ondersteund door een soundscape. De drie

geïnterviewden laten een breed perspectief zien rondom de thematiek. Denk aan een autodidact die ergens is gaan werken zonder de juiste diploma's of iemand die academisch is opgeleid, maar we voor heeft gekozen om praktisch werk te gaan doen. Deze podcast kun je beluisteren in aanloop naar of na afloop van de voorstelling.

In onze zoektocht naar ervaringsdeskundigen gaan we langs verschillende locaties waar de waarde van kennis van belang zijn (of niet). Op basis van de voorgesprekken zoeken we iemand die diens verhaal wil delen. Als de reeks gemonteerd is, brengen we het eindresultaat terug naar de locaties waar de voorgesprekken plaatsvonden. De podcast wordt

gecreëerd door Marieke Braaksma (interview en research) en Niek- Jan Lathouwers (montage en muziek). Ook wordt de opgehaalde informatie van dit project gebruikt ter inspiratie voor het maakproces van SidisFM.



14

BETEKENIS VOOR DE STAD

MATROSE is een toevoeging aan het Utrechtse culturele landschap. Ze spelen hun voorstellingen op bijzondere Utrechtse locaties waarin ze cultureel erfgoed, het nachtleven van Utrecht, klassieke verhalen, onderwijs en (culturele) partners naadloos aan elkaar verbinden.

Ze onderzoeken met hun theater nieuwe vertelvormen van klassieke verhalen en schrijven nieuwe toneelteksten onder begeleiding van ervaren toneelschrijvers. Ze onderzoeken op technologisch gebied de mogelijkheden van immersieve audio. Ze werken samen met een breed palet aan makers die vanuit verschillende kunstdisciplines meewerken aan de productie waarin ze actief de verbinding zoeken

met de beeldende kunst. Doordat de artistieke leiding de publiekswerking en impactprogramma's ziet als een wezenlijk onderdeel van haar creatieve proces beïnvloedt dit de voorstelling en worden de maakprocessen openbaarder.

Dit alles voor een publiek die minder vaak bereikt wordt in het gesubsidieerde theater. MATROSE is zichtbaar in de stad door recht tussen de mensen te spelen op iconische locaties.

Saskia Tilanus, programmeur Stadsschouwburg Utrecht schrijft over MATROSE: " *In de plannen*

voor de komende twee jaar lees ik dat MATROSE goed ziet waar hun kracht ligt en focus durft te geven. Door in te spelen op de maatschappelijke (ogenschijnlijke) relevantie van opleidingsniveau en de kansenongelijkheid daarin, kiezen ze voor een helder thema waar ze op door kunnen bouwen doorheen drie producties. Ook hier speelt een sterke intrinsieke motivatie van de drie makers mee, waarbij zij ook goed hun werkervaring, kennis en netwerk inzetten. Ook in deze producties speelt locatie niet slechts een passende, maar ronduit treffende rol. De locaties kunnen gezien worden als 4e speler in de voorstelling. Geen keuzes die er aan de haren bijgesleept lijken,

maar doordachte, intrinsieke keuzes die tot rake voorstellingen gaan leiden. Ik heb het volste vertrouwen in het gezelschap en gun ze van harte de tijd en het geld om door te ontwikkelen. Ik zie hen als mooie aanvulling op Dries en Boukje, locatiewerk op een heel toegankelijk niveau, voor een breed publiek en sterk verankerd in Utrecht. Een aanwinst voor de stad, wat mij betreft."

Yvette van 't Zand, organisatie Domtoren Utrecht, schrijft het volgende over de samenwerking met MATROSE: "Wij denken dat de voorstellingen die zij maken rondom klassieke verhalen – de Hardcore Klassiekers – een zeer goede match zijn met de Domtoren. Daarnaast passen de maatschappelijke thema's die in de voorstellingen van MATROSE aan bod komen erg goed bij ons motto: 'De Domtoren voor iedereen'. We zetten de Domtoren als icoon in om zoveel mogelijk bewoners en bezoekers te inspireren met de boodschap die MATROSE wil overbrengen."

Jorrit de Leur, directeur Creative College, schrijft het volgende over MATROSE: "MATROSE heeft bewezen uitstekend aan te sluiten bij onze doelgroep.

Hun vermogen om klassieke verhalen naadloos te verbinden met de beleavingswereld van onze studenten heeft geleid tot mooie voorstellingen waar de studenten zich veelzijdig hebben ontwikkeld. We zijn dan ook zeer verheugd over de voortzetting van deze samenwerking. In 2026 zullen onze studenten de unieke kans krijgen om zelf mee te spelen in een voorstelling van MATROSE. Dit project belooft een waardevolle leerervaring te worden, waarbij onze studenten leren onder regie te werken en hun spelerschap te verdiepen."

15

PUBLIEK



Doelgroepen

Met DIEHARD FAIRY en BELLE is MATROSE zich de afgelopen 3 jaar organisch op een ouder publiek gaan richten dan voorheen. De nieuwe doelgroepen vanaf 15 jaar en (jong)volwassenen bleken goed aan te sluiten bij de producties en daarin artistieke keuzes.

Deze lijn trekken we door en de komende jaren richten we ons dan ook op jongeren en (jong)volwassenen. We hebben ervoor gekozen om onze doelgroepen te beschrijven aan de hand van het Utrechtse Culturele Doelgroepenmodel. Onze primaire doelgroepen zijn:

De Nieuwsgierige Toekomstgrijpers (licht) , 18 – 30 jaar

Deze actieve en levenslustige doelgroep sluit aan bij onze avontuurlijke voorstellingen op locaties, waaronder Club Kafka in een nachtclub. Om deze doelgroep over te halen tot een bezoek zijn we veel online aanwezig met onze producties en kiezen we bewust voor lagere toegangsprijzen en/of studentenkorting. Deze doelgroep bereiken we ook door onze samenwerking met het nachtleven van Utrecht en het Creative College.

Startende Cultuurspeurders (medium), 18 – 30 jaar

Ook deze doelgroep bereiken we met name online. Ze kiest voor de 'bijzondere' uitschieters, wil graag vaker gaan, maar heeft nog niet het budget daarvoor beschikbaar. Ook voor deze doelgroep maken we toegankelijke, nieuwsgierigmakende online content (met daaraan advertenties gekoppeld om het publiek in deze doelgroep te vergroten) en maken we gebruik van een speciale prijsstrategie om deze doelgroep over te halen.

Proevende buitenwijkers (medium), 32 – 45 jaar

Deze doelgroep heeft het iets ruimer in budget dan de bovenste twee doelgroepen, maar is ook druk met werken en alle andere dingen in het leven. We kunnen deze doelgroep overhalen met onze producties op locatie en toegankelijkheid in vorm en prijs. De bezoekers van BELLE, aanwezig in de database van MATROSE en SSBU en grotendeels te omschrijven als 'proevende buitenwijker', worden o.a. aangeschreven voor nieuwe producties van MATROSE.

Via onze partners, zoals Stadsschouwburg Utrecht en de Domtoren, maar ook de locaties die we

kieszen voor onze producties, bereiken we een nieuw en aanvullend publiek op de primaire doelgroepen van MATROSE, zoals de Culturele Alleseters (25 – 30 jaar) en de Weelderige Cultuurminnaars (45+ jaar). De doelgroep van Sidis.FM, een avontuurlijke bezoeker, door de bijzondere, intieme vorm, verwachten we te

vinden in het bestaande vlakke vloer publiek in de database van de SSBU.

Marketingstrategie en huisstijl - ontwikkelingen

In januari 2022 werd de nieuwe huisstijl en logo gelanceerd in samenwerking met vormgever Julian Braakman. De huisstijl werd kleurrijker, vetter, jonger - passend bij MATROSE. BELLE en DIEHARD FAIRY leverden ons landelijke zichtbaarheid op in de pers (Theaterkant, AD, RTV Utrecht) en in advertorials (online, NS treinen). Voor BELLE in 2022 namen we de ticketing in eigen hand omdat we hierdoor direct contact hebben met en inzicht krijgen in het publiek, in 2024 was de kaartverkoop in handen van Stadsschouwburg Utrecht. In samenwerking met Stadsschouwburg Utrecht blijven we de komende jaren publieksonderzoek uitvoeren en analyses doen.

Strategie

MATROSE streeft naar verrassende, persoonlijke en toegankelijke communicatie, passend bij de thematiek en de doelgroep. Wij richten ons de komende periode (jong)volwassenen en jongeren. Gezien de (grote) online aanwezigheid van deze doelgroepen, vindt het grootste deel van campagnes online plaats. We ontwikkelen content voor onze online kanalen, zoals persoonlijke

16

videoboodschappen, kijkjes achter de schermen, scenefoto's, trailers. De teksten zijn (grotendeels) geschreven vanuit de makers en foto's vanaf de 'vloer', wat zorgt voor persoonlijke communicatie en een grote (online) betrokkenheid. 'Nieuwsgierigmakend' en 'toegankelijk' zijn twee eisen die we stellen aan de content die we ontwikkelen. Potentiële bezoekers moeten geprikkeld worden, tegelijkertijd moeten de teksten op B1 niveau zijn en daarmee begrijpelijk voor een breed (ook niet-theaterpubliek).

In samenwerking met fotograaf Floyd Koster maken we voor iedere productie een campagnefoto. Deze foto's zijn herkenbaar voor het publiek, doordat ze in opstelling gelijk zijn aan elkaar - portret van

de drie makers - in kleur, kostuum en uitstraling verschillen ze. Makers Manon, Marieke en Jordy zijn het gezicht van MATROSE.

Er wordt ingezet op zichtbaarheid in aanloop en tijdens een productie met free publicity, gerichte online advertenties en content. We streven ernaar om jaarlijks zichtbaar te zijn in de media, zowel lokaal als landelijk. Online hebben we bijna 1000 volgers op Facebook en bijna 2000 volgers op Instagram. Ook zijn we actiever op LinkedIn om op die manier de betrokkenheid van samenwerkingspartners, vakgenoten en stakeholders te behouden en te benutten. De betrokkenheid via online kanalen is hoog en daardoor effectief.

Om de komende jaren meer (nieuw en jong) publiek te betrekken en te verbinden aan het gezelschap, bereiden wij het team met een marketing- en communicatiemedewerker. Deze functie ligt op dit moment nog bij zakelijk leider Sanne Oostenga. Het doel is om met de investering het publiek te bereiken en door analyses ism Stadsschouwburg Utrecht beter te leren kennen, te binden door hen het gezelschap te laten volgen online en na afloop van de voorstellingen publieksonderzoek te doen. In aanloop naar het bezoek, tijdens het bezoek en na afloop in de mail met de link naar het publieksonderzoek wordt gestimuleerd, met incentives als 'maak kans op een knalroze, duurzame MATROSE waterfles in ruil voor een like'.

Om het publiek van partners als Stadsschouwburg Utrecht en de Domtoren te bereiken, ontwikkelen we ook speciale marketingmiddelen die deze instellingen kunnen gebruiken. Zoals een fysieke flyer die op de locaties kan liggen en uitgedeeld kan worden, een interview met de makers dat verspreid kan worden en een trailer.

Verbindingen

De afgelopen jaren zijn er veel verbindingen gelegd en samenwerkingen gestart met o.a. Stichting School en Veiligheid, Slot Zuylen, We Are Public, CJP en

de Domtoren. Met deze nieuwe samenwerkingen bereiken we een nieuw, deels jonger publiek en het vergroot ons netwerk en zichtbaarheid. BELLE en DIEHARD FAIRY leverden ons ook een nieuw zakelijk netwerk op, bestaande uit fondsen, programmeurs en presentatieplekken. Dit netwerk en de ervaringen hiermee bieden ons mogelijkheden voor de toekomst, zoals bijvoorbeeld de samenwerking (in ontwikkeling) met Karavaan. Met Utrecht Marketing verdiepen we onze samenwerking voor de productie Winterkinderen. De Domtoren is partner van Utrecht Marketing en is daarmee een actieve promotor van Winterkinderen.

Publiekswerking

Het publiek van MATROSE bestaat voor een deel uit mensen die niet tot nauwelijks in aanraking komen met theater, en daar streeft MATROSE ook naar. Ze ontvangen dit nieuwe theaterpubliek door in te zetten op impactprogramma's en door op bijzondere locaties te spelen. De komende twee jaar bereiden ze dit nieuwe theaterpubliek uit door sociale gelegenheden te koppelen aan ons maakproces.

De artistieke kern doet haar eigen publiekswerking tijdens het maakproces en gebruikt dit als onderdeel van het maakproces. Dit versterkt het artistieke product omdat ze dan in contact staan

met het publiek en zich te verdiepen in het thema. Vanuit de ruime ervaring die Manon, Marieke en Jordy hebben als educatiemakers en publiekswerkers weten ze dat relaties ontstaan door contact te maken en oprechte interesse te tonen in de ander. Ze ontmoeten deze mensen door hun opgebouwde netwerk met wijkmakelaars, sociale stichtingen en onderwijsinstellingen. MATROSE komt langs, drinkt koffie, wisselen nummers uit en delen vrijkaarten en kortingcodes uit. De mensen die ze ontmoeten worden ambassadeurs voor de voorstelling en MATROSE moedigt de ambassadeurs aan om andere mensen uit hun omgeving uit te nodigen.

Dit is een tijdrovende werkwijze met een relatief klein bereik, maar de makers weten dat deze ervaring werkt om een trouw publiek te creëren. Door hun werk als publiekswerker bij het NUT, Studio Figur, Het Filiaal. SPRING (ark) en de oprichting van de Wijkjury Utrecht heeft MATROSE bewezen dat deze methode helpt om nieuw publiek aan te trekken.

CODES

Toneel en Dans in honorering. Contracten, inclusief functie en verantwoordelijkheden, worden gemaakt en getekend voor aanvang van de eerste werkdag. Iedere stagiair(e) heeft een begeleider/aanspreekpunt binnen de organisatie. Dit is van tevoren bekend en de begeleider maakt wekelijks tijd voor het zorgvuldig begeleiden van de stagiair. Er wordt gezorgd voor voldoende pauze en gezonde lunches en snacks.

Tijdens de kick-off stelt MATROSE samen met het team een gedragscode op. Deze code bevat een aantal vaste afspraken vanuit de stichting, en wordt daarnaast in overleg met de teamleden aangevuld.

Toegankelijkheid

MATROSE gelooft dat theater voor iedereen beschikbaar en toegankelijk zou moeten zijn. Door externe drempels weg te halen, wordt het steeds gemakkelijker en hopelijk aantrekkelijker voor het publiek om een voorstelling te bezoeken. Door onderstaande punten te realiseren, maken we het zo toegankelijk mogelijk voor een ieder.

- MATROSE zorgt voor gratis busvervoer naar de locatie van de voorstelling, in samenwerking met Stadsschouwburg (vervoer wordt gezien als drempel: bron: Publieksonderzoek cultuursector Utrecht, Utrecht Marketing, 2023)

- Een voorstelling op een locatie in de wijk Overvecht, in de buurt van Creative College

- CJP / U pas – kortingsmogelijkheden voor jonge mensen en mensen met een laag inkomen

- MATROSE stelt per voorstelling circa 80 vrijkaarten (2 try outs) beschikbaar voor publiek met een kleine beurs. Daarnaast zijn er per project kortingsacties via U-pas & CJP.

- MATROSE zorgt ervoor dat haar voorstellingen in 2026 toegankelijk zijn voor mensen die mindervalide zijn. Door de voorstelling rolstoeltoegankelijk te maken. En zitplekken aan te bieden voor mensen die dit nodig hebben.

Bedrijfsvoering

De komende twee jaar blijft MATROSE private (Cultuurfonds, VSB Fonds, Norma, Janivo, Elise Mathilde Fonds) en publieke (Fonds Podiumkunsten) fondsen aanschrijven per productie. Het volledige team werkt op freelance basis bij MATROSE. De producties begroten we op 75%, om op die manier, bij succes, ook een reserve op te kunnen bouwen. Stadsschouwburg Utrecht staat, net als bij BELLE in 2024, garant bij tegenvallende kaartverkoopinkomsten tot een bepaald bedrag, waardoor tegenvallende inkomsten niet volledig invloed hebben op de beperkte financiële reserves van de stichting. We volgen de CAO

Diversiteit, inclusie en gelijkwaardigheid

Inclusie staat hoog in het vaandel bij MATROSE.

De plannen gaan over verhalen met mensen die te weinig gehoord en gewaardeerd worden in onze maatschappij en zetten deze verhalen voor het voetlicht. MATROSE onderschrijft de code diversiteit en inclusie als onomstreden code. MATROSE werkt de komende jaren met een divers team in geaardheid, genderidentiteit, culturele achtergrond en opleidingsniveau, omdat ze geloven in de uitwisseling van verschillende perspectieven die de voorstelling rijker maken. Daarnaast geloven ze in de kracht van representatie en dat dit leidt tot zelfacceptatie. In

onze samenwerking met zzp'ers wordt hier op ingezet om nieuwe kennis en perspectieven in huis te halen.

Echter is het gezelschap nog weinig inclusief. Dit is een aandachtspunt. Het 'vaste' team is op dit moment divers in seksuele geaardheid, vaardigheden, gender en opleiding, echter niet in culturele achtergrond en leeftijd. Ook voor de artistieke kern is dit een uitdaging omdat er geen verloop bestaat. MATROSE ziet de samenwerkingen van de komende jaren met zzp'ers ook als een mogelijkheid om langdurige samenwerkingen met mensen te onderzoeken om het vaste team uit te breiden. Daarnaast breiden we het bestuur in 2025 uit waarin we gericht op zoek gaan naar mensen met nieuwe

kennis, die vanuit een nieuw perspectief onze plannen kunnen bevragen en bestendigen

MATROSE functioneert in een eerlijke, open en veilige werkcultuur waarin we ons bewust zijn van de eigen normen en waarden, machtsrelaties, mogelijke vooroordelen en het bestaan van onbewuste privileges. Wij blijven onszelf hier onderwijzen door het blijven lezen van literatuur en in gesprek te gaan met elkaar.

Doelstellingen 2025 en 2026

- MATROSE onderwijst zichzelf door elk seizoen een training te volgen over DIG in de culturele sector. We onderwijzen onszelf en elkaar door literatuur te lezen en te bespreken gekoppeld aan de projecten. Zo lezen we 'Witte Scholen' van Anousha Nzume om onze eigen blinde vlekken te herkennen voor de voorstelling Winterkinderen.

- MATROSE zorgt ervoor dat de voorstellingen in 2026 toegankelijk zijn voor mensen die minder valide zijn en houdt hier rekening mee in de keuze voor het decor bij Club Kafka & de locaties van de huizen bij Sidis.FM.

- MATROSE voegt in 2025 een extra bestuurslid aan het bestuur toe die zich onderscheidt qua perspectief en leeftijd van het huidige bestuur.

- MATROSE maakt al haar vacatures beschikbaar via verschillende platforms waarbij er open audities worden gehouden. Ook autodidacten of mensen uit andere sectoren zijn welkom om te reageren. De vacatures worden ook actief verspreid via ons netwerk in verschillende kringen en mensen worden actief uitgenodigd om te komen solliciteren.

Governance Code Cultuur

Stichting MATROSE onderschrijft de Governance Code. Het bestuur is onafhankelijk en bestaat uit

penningmeester Klaartje Wierbos, voorzitter Paul de Vries en secretaris Thekla Wildekamp. Het bestuur is onbezoldigd en komt twee keer per jaar bijeen. De drie bestuursleden zijn sinds de oprichting van de stichting in 2019 betrokken bij MATROSE. In het voorjaar van 2025 treden de eerste twee leden af (Paul de Vries en Thekla Wildekamp). Voor de continuïteit blijft Klaartje Wierbos zitting nemen in het bestuur in 2025 in het bestuur. Omdat het huidige bestuur bestaat uit drie Utrechtse, wordt er actief gezocht naar leden buiten deze stad.

Huidige samenstelling en rolverdeling:

Voorzitter: Paul de Vries (oud studieleider/docent HKU)

Penningmeester: Klaartje Wierbos (zakelijk leider)

Algemeen lid: Thekla Wildekamp (educator)

De functies zijn verdeeld. We zijn blij met dit bestuur met veel kennis en ervaring in de culturele sector en in het onderwijs en ook in de nieuwe samenstelling zoeken we actief naar deze ervaring. Klaartje Wierbos is tevens de interne vertrouwenspersoon. Neven taken van de bestuursleden leveren geen belangenverstrengeling op. De maximale zittingstermijn is twee keer een periode van vier jaar.

Fair Practice Code

MATROSE onderschrijft de Fair Practice Code en reflecteert op de vijf kernwaarden: vertrouwen, transparantie, solidariteit, diversiteit en duurzaamheid. MATROSE waarborgt de veiligheid en vertrouwen door veel persoonlijke aandacht te besteden aan het team tijdens het repetitieproces en tijd te maken voor kennismaking en gesprekken met elkaar. We hechten veel waarde aan vertrouwen in ons vaste kernteam en de teams die zich vormen rondom producties. Berekeningen van de fair pay vergoedingen (op basis van CAO Toneel en Dans) delen we met freelancers zodat het voor

iedereen duidelijk is hoe een dagprijs tot stand komt. Bestuurslid Klaartje Wierbos is de interne vertrouwenspersoon. Jaarverslagen en jaarrekeningen worden gedeeld op onze website. MATROSE werkt aan een inclusieve organisatie en onderschrijft de maatschappelijke urgentie hiervan. Sinds 2021 werken we met grotere teams, waarin ontbrekende perspectieven en achtergronden en nieuwe kennis wordt toegevoegd in cast en creatives.

Duurzaamheid

De voorstellingen van MATROSE gaan niet op tournee en daardoor hebben we beperkt transport. De voorstellingen worden gecreëerd rondom een

bestaande locatie waardoor er met minimale middelen een scenografie kan ontstaan waarin de locatie leidend is. Hierdoor schaft MATROSE beperkt materialen aan. MATROSE speelt de voorstellingen voor langere tijd op een vaste locatie waardoor veel technische benodigdheden gehuurd of geleend kunnen worden en MATROSE streeft ernaar om aangeschaft materiaal zo veel mogelijk te hergebruiken.

MATROSE doet enkel aan vegetarische catering en maakt geen gebruik van wegwerpplastic. De stichting moedigt haar werknemers aan om met de trein te komen door treinkaartjes 100% te vergoeden.

Ook moedigen ze het publiek aan om met het OV naar onze voorstellingen te reizen, doordat je met je voorstellings kaartje gratis met het openbaar stadsvervoer mag reizen dankzij de Stadsschouwburg Utrecht.

19

AFLSUITEND WOORD

Lieve lezer(s),

Bedankt dat jullie de tijd hebben genomen om onze aanvraag te lezen. Met behulp van deze structurele subsidie kunnen we deze bijzondere producties maken en duurzame relaties aangaan met (culturele) partners, ons publiek. En kunnen we investeren in ons personeel. Zodat er ruimte ontstaat om te mijmeren en te verdwalen in ideeën om op deze manier tot nieuwe inzichten en theatrale cadeautjes te komen. We hopen jullie te zien bij onze producties.

Lieve groet
MATROSE

