

VICTORIE JAARVERSLAG 2025



Inhoudsopgave

1. Verantwoording	3
2. Programma	7
3. Marketing	19
4. Organisatie	31
5. Gebouw	39
6. Financieel	43
7. Jaarrekening	45

Fotografie: Jessie Spruit, Bo van de Wall Perné, Albert Jolen, Wop van Eis, Jasper Kerkhoff, Bob Imming en Irwan Notosoetarso.

VERANTWOORDING



Voorwoord

Het boekjaar is afgesloten met een mooi break-even resultaat, mede dankzij de inzet en betrokkenheid van het hele team. In totaal mochten we 114.000 bezoekers verwelkomen. Dit succes is te danken aan een sterk en veelzijdig programma, dat zowel aansluit bij de wensen van het publiek, als ruimte biedt voor het ontdekken van nieuw talent. De evenementen verlopen soepel en professioneel, wat bijdraagt aan een positieve bezoekerservaring. Dit zien we terug in enthousiaste reacties, artiesten die graag terugkeren en een goede naam bij boekingskantoren, mede dankzij onze gastvrije en betrouwbare werkwijze.

In 2025 vierden we ons 15-jarig jubileum samen met ons publiek, met een reeks onvergetelijke optredens van onder andere Triggerfinger, Broederliefde en K's Choice. Daarnaast hebben we een nieuwe website en huisstijl gelanceerd. Grote nationale én internationale artiesten weten inmiddels de weg naar Alkmaar te vinden, terwijl ook lokaal talent volop de ruimte krijgt om op te treden en zich verder te ontwikkelen. Daar paste een nieuw jasje bij met een eigentijdse en grootstedelijke uitstraling.

We hebben ambitieuze toekomstplannen, waaronder de uitbreiding van de grote zaal. Daarmee willen we in de komende jaren artiesten als Kaiser Chiefs, Floor Jansen, Claude en Roxy Dekker naar Alkmaar halen. De geplande verbouwing omvat daarnaast de realisatie van een nieuwe middenzaal en de transformatie van de kleine zaal tot muziekcafé. Met deze ontwikkeling investeren we in een breder en diverser programma, waarmee we ook nieuwe doelgroepen in de regio willen bereiken. Onze missie blijft daarbij onveranderd: **Samen Muziek Vieren**. De gemeenteraad heeft in mei laten weten volledig achter ons te staan en zelfs te willen laten onderzoeken of deze plannen eerder gerealiseerd kunnen worden dan in 2034.

2025 stond bovendien in het teken van diverse positieve ontwikkelingen. Zo trad een nieuwe directeur aan, verwelkomden we Rabobank als impactpartner en introduceerden we jongerentickets. Ook lanceerden we de campagne 'Alkmaar breekt de Stille', breidden we onze maatschappelijke programmering uit en realiseerden we genderneutrale toiletten. Verder werd vegetarische catering voor crew en artiesten de standaard, kreeg de grote zaal een nieuwe vloer, werd de foyer verrijkt met een fotobooth en ontvingen onze medewerkers nieuwe bedrijfskleding.

We hebben de organisatie in 2025 zo ingericht dat iedereen nog beter tot zijn of haar recht komt en kan doen waar hij of zij in uitblinkt. Er zijn drie werkgroepen opgericht met een afvaardiging uit elke afdeling: Inclusiviteit & Meerstemmigheid, Duurzaamheid & Volhoudbaarheid en Sociale Veiligheid. De missie en visie zijn met elkaar vastgesteld en er zijn 7 kernwaarden geformuleerd, om de diepgewortelde overtuigingen en fundamentele principes vast te leggen die we als organisatie écht belangrijk vinden. In het gedragsprotocol zijn de procedures over sociale veiligheid vastgelegd. Ook is een aantal nieuwe functies toegevoegd aan het team om de organisatie te verstevigen.

Samen kijken we uit naar een nieuw jaar vol muzikale verbinding. We zijn trots op wat we samen hebben bereikt, en blijven tegelijkertijd het belang benadrukken van zowel reflectie als het vieren van onze gezamenlijke successen.

Daniële Streep, Directeur-bestuurder

Alkmaar, 18 mei 2026

Verslag Raad van Toezicht

2025 stond in het teken van verandering en vernieuwing. Onze nieuwe directeur-bestuurder Daniële Streep, die per januari is aangetreden, heeft met vaart veranderingen in gang gezet om de organisatie nieuwe richting te geven en maatschappelijk nóg relevanter te maken. Tegelijkertijd is de interne organisatie verder geprofessionaliseerd. Deze nieuwe strategie sluit goed aan bij een veranderende en groeiende gemeente Alkmaar. De ambities van beide organisaties liggen inmiddels mooi in elkaars verlengde, met als gezamenlijk doel een stevige impuls te geven aan het culturele aanbod van de stad.

Podium Victorie krijgt bovendien de ruimte om het gebouw uit te breiden met een extra zaal, zoals door de gemeenteraad is bekrachtigd. Daarmee is de basis gelegd voor de verbouwing; in de komende jaren zullen de plannen verder worden uitgewerkt en uiteindelijk gerealiseerd. Dit markeert het begin van een nieuwe fase voor Victorie.

Ondanks alle veranderingen zijn de financiën stabiel en gezond gebleken. Dat is bijzonder, zeker in een periode waarin veel poppodia in Nederland het moeilijk hebben.

De Raad van Toezicht is vier keer bijeengekomen en heeft aan het einde van het jaar, onder begeleiding van Cultuur en Ondernemen, een zelfevaluatie uitgevoerd. In de samenstelling van de Raad hebben zich geen wijzigingen voorgedaan. Wel wordt alvast vooruitgekeken naar toekomstige personele wisselingen, in lijn met de strategische plannen en de aankomende verbouwing. Het jaarverslag en de jaarrekening 2025 zijn goedgekeurd door de Raad van Toezicht van Stichting Podium Victorie.

Rutger Hamelynck (voorzitter)

Birgitte de Winter (vice-voorzitter)

Maartje Glas

Jeroen Wiercx

Alkmaar, 18 mei 2026

Naam	Functie	Benoemd	Eerste termijn herbenoeming / aftreden	Tweede termijn
Birgitte de Winter	Vice-voorzitter	1-4-2019	1-4-2023	1-4-2027
Maartje Glas	Lid	1-4-2019	1-4-2023	1-4-2027
Jeroen Wiercx	Lid	1-4-2021	1-4-2025	1-4-2029
Rutger Hamelynck	Voorzitter	1-4-2021	1-4-2025	1-4-2029



PROGRAMMA



Missie en Visie

De missie en visie van Victorie zijn begin 2025 opnieuw geformuleerd en vastgesteld en verwoorden waar we het voor doen en waar we voor gaan.

Missie

Victorie. Samen muziek vieren.

Victorie is hét poppodium van Noord-Holland Noord met nationale allure en een lokale ziel, gericht op het creëren van muzikale verbindingen. Met een toonaangevend programma, een sterke focus op talentontwikkeling en liefde voor detail streven we naar onvergetelijke ervaringen voor iedereen, van genre-liefhebbers tot mainstream enthousiastelingen. Vernieuwing, meerstemmigheid en volhoudbaarheid staan centraal in alles wat we doen.

Visie

Victorie levert als eigentijds podium een bijdrage aan onze gezamenlijke toekomst met muziek als verbindende kracht. Als voorloper in de sector onderscheiden we ons op alle niveaus, van zowel voor het podium als achter de schermen en van programma tot gebouw.

Doelstellingen programma

Hieronder lichten we onze doelstellingen voor de programmering in 2025 toe en beschrijven we in hoeverre het Victorie is gelukt deze te realiseren. Ons uitgangspunt was het neerzetten van een zo veelzijdig mogelijk programma, met ruimte voor uiteenlopende muziekgenres, talentontwikkeling en het aantrekken van een breed publiek uit de regio. We combineren daarbij gevestigde namen met nieuw talent, op een manier die inhoudelijk en financieel klopt. Zo bieden we bezoekers zowel herkenning als nieuwe ontdekkingen.

Eigenzinnige programmering bleef, net als in 2024, een belangrijk speerpunt. We investeerden in vernieuwende en alternatieve concepten, ook wanneer deze niet direct rendabel waren, en speelden zo in op de groeiende interesse van jong publiek in alternatieve livemuziek en clubnachten. Daarmee stimuleren we de ontwikkeling van nieuwe muziek en trekken we een breder en diverser publiek. Ook de programmering van Yes In My BackYard in het Victoriepark was hier een onderdeel van.

Voor 2025 stelden we ons ten doel om 470 activiteiten te organiseren, met een verwacht bezoekersaantal van 117.090. Uiteindelijk realiseerden we 469 activiteiten, goed voor in totaal 114.242 bezoekers. In onderstaand overzicht zijn ook de tien concerten opgenomen die plaatsvonden binnen het project 'Victorie on Tour', gefinancierd door het Fonds Podiumkunsten (FPK). Deze concerten maken echter geen deel uit van de prestatieafspraken met de gemeente.

Activiteiten 2025	Begroot	Realisatie	Verschil
Concert betaald	160	154	-6
Festivals betaald	24	25	1
Concert gratis	22	13	-9
Dance betaald/gratis	83	78	-5
Talent/participate/educatie	5	4	-1
Popcultuur programma's	58	92	35
Verhuur	117	103	-14
Labrats/firestarters	1	0	-1
Totaal	470	469	-1



Live concerten

In 2025 heeft Victorie binnen de liveprogramming een duidelijke en consistente koers gevaren. De nadruk lag op sterke popacts uit het clubcircuit, met kwaliteit en actualiteit als leidende principes. In een grillig aanbod en een landelijke markt die onder druk staat, bood deze focus houvast. Door scherpe keuzes te maken, hebben we een overtuigend programma neergezet met relevante nationale en internationale namen.

De balans tussen Nederlandse en internationale acts bleef daarbij belangrijk. Tegelijkertijd is er zichtbaar opgeschaald in de grote zaal, met een toename van concerten in de categorie 700+. Door de doelstelling te overtreffen, laten we zien dat we dit als organisatie op alle niveaus aankunnen.

De kleine zaal is in 2025 gericht ingezet. Gezien het structureel beperkte verdienvermogen is bewuster geselecteerd op programma's met artistieke urgentie en ontwikkelpotentie. Daarmee blijft de kleine zaal een onmisbare plek voor talent, niches en experiment, maar met een scherpere en meer doordachte rol binnen het totale programma.

De uiteindelijke concertprogramming is tot stand gekomen door een combinatie van strategische keuzes en externe omstandigheden, wat heeft geleid tot een lagere realisatie dan voorzien. Zo heeft de serie Concerten in de Wijk niet plaatsgevonden vanwege het ontbreken van een duidelijke inhoudelijke koers. Ook de samenwerking rondom de Grote Kerk liep vertraging op en zal in 2026 van start gaan.

Binnen de festivalprogramming bleef de realisatie eveneens achter. Jazztival vond niet plaats vanwege het tweejaarlijkse karakter en de ontwikkeling van een nieuw urban festival is bewust uitgesteld, omdat een sterke inhoudelijke basis ontbrak. Daarnaast bleken externe locaties minder goed uitvoerbaar dan vooraf ingeschat.

Daartegenover staat dat conceptmatige programming juist goed functioneert. Terugkerende formats met een duidelijke identiteit, zoals Victorie Sunday Sessions, De Mosh, Victorie Deathcave, Knives Out! en Anadolu Sounds zijn stabiel en volledig gerealiseerd. Deze concepten weten een eigen publiek aan zich te binden en tonen zich daarmee robuuster dan losse concerten.

Per saldo laat 2025 een duidelijke beweging zien richting meer focus en scherpere. We hebben ingezet op wat aantoonbaar werkt: kwalitatieve liveconcerten, met name in de grote zaal, en zijn kritischer geworden op onderdelen met een minder duidelijke positionering. Dit resulteert in een sterker profiel en een solide basis voor de komende jaren.

“ALS JE HIER BINNENKOMT WEEET JE DIRECT DAT MENSEN WETEN WAAR ZE MEE BEZIG ZIJN.”

- Triggerfinger

Genres

Global

Highlights: Anadolu Sounds, Omar Souleyman, Altin Gün

Binnen het genre global is in 2025 bewust gewerkt aan de opbouw van een nieuwe programmalijn. De nadruk lag op het bereiken van nieuwe doelgroepen en gemeenschappen, onder meer via samenwerkingen met culturele partners. Daarnaast is ingezet op de ontwikkeling van eigen concepten, waardoor niet alleen losse concerten werden gepresenteerd, maar ook samenhangende reeksen ontstonden. De combinatie van internationale acts, contextontwikkeling en samenwerking zorgde ervoor dat global zich ontwikkelde van een losse categorie tot een volwaardige, inhoudelijke lijn binnen het programma.

Bluesrock

Highlights: DeWolff, Walter Trout, My Baby

Bluesrock vormde in 2025 opnieuw een stabiele en herkenbare pijler binnen het programma. De programmering liet een evenwicht zien tussen gevestigde namen en een iets jongere generatie, zonder grote koerswijzigingen. De kracht lag in de consistentie: kwalitatief sterke optredens en een trouw eigen publiek, met minder nadruk op experiment of vernieuwing.

Hardrock/Metal

Highlights: Adrian Vandenberg, Victorie Deathcave

Ten opzichte van 2024 was een duidelijke verschuiving zichtbaar. Het aanbod van (inter)nationale acts voor de grote zaal was beperkter, waardoor de aandacht meer kwam te liggen op de kleine zaal en de onderlaag van het genre. Met initiatieven als Victorie Deathcave, verder versterkt door gastprogrammering, en de W.O.A. Metal Battle is ingezet op niches, talentontwikkeling en lokale verankering.

Hiphop

Highlights: Broederliefde, Typhoon, Hef

In 2025 is hiphop gericht geprogrammeerd. Waar in 2024 nog werd geëxperimenteerd met grotere concepten zoals WATISNOW, is daar in 2025 bewust van afgestapt vanwege een beperkt bereik en sterke concurrentie in de regio. In plaats daarvan is gekozen voor het programmeren van losse concerten. Daarmee bleef het genre relevant voor een breed publiek, terwijl er binnen eigen concepten ruimte bleef voor alternatieve en opkomende hiphop. Bijzondere formats bleven mogelijk, maar werden selectiever ingezet.

Jazz

Highlights: Hans Dulfer, Mark Lettieri, Teus Nobel

In 2025 werd jazz compacter ingevuld dan in 2024. Waar het genre eerder werd vormgegeven door eigen curatie en grotere projecten zoals Benjamin Herman Invites en het tweejaarlijkse Jazztival, bestond het programma in 2025 vooral uit kleinschalige, losse concerten. De kwaliteit bleef hoog, maar de profilering was minder opvallend en uitgesproken dan in voorgaande jaren.

Pop

Highlights: K's Choice, Rondé, The Veils, S10, Min Taka

In 2025 heeft het popprogramma een scherpere focus gekregen. Waar het aanbod voorheen breed varieerde, van lokale initiatieven en heritage-acts tot traditionele popnamen, is nu gekozen voor een compacter en meer samenhangend profiel. Hoewel de invulling van het genre 'pop' altijd deels afhankelijk blijft van het marktaanbod, is de artistieke koers dit jaar duidelijker herkenbaar.

Punk

Highlights: Meltheads, Kaat van Stralen, L.A. Sagne, Equal Idiots

In de (post)punk-programmering lag de nadruk op kwalitatieve acts in het middensegment, aangevuld met artiesten uit de voorhoede. Hoewel de focus op scene-ontwikkeling succesvol was, bleek er behoefte aan meer uitgesproken namen om een grotere publieksstroom te genereren. Met de ontwikkeling van het Knives Out! Festival, een gezamenlijk initiatief met broedplaats HAL 25, zetten we in 2026 een belangrijke stap in de verdere profilering van dit genre.

Reggae

Highlights: The Wailers, Postmen

Hoewel reggae concerten geen structureel onderdeel zijn van ons programma, blijft het een genre dat we koesteren en boeken zodra de kans zich voordoet. Het aanbod is beperkt, maar in 2025 wisten we toch enkele relevante namen naar Victorie te halen. We blijven alert op kwalitatieve mogelijkheden binnen dit genre om ons programma op de juiste momenten te verrijken.

Rock

Highlights: Triggerfinger, Wodan Boys, Electric Six, Claw Boys Claw

Vorig jaar lag de nadruk nog op de gevestigde rockorde, maar in 2025 kiest Victorie voor een scherper en rauwer geluid. Door acts met een uitgesproken profiel te presenteren, krijgt het genre een modernere uitstraling. Tegelijkertijd boden jubileumshows en afscheidstournees dit jaar unieke ankerpunten die voor extra beleving en context zorgden.

Roots/Americana

Highlights: Los Lobos, Kitty, Daisy & Lewis, Dirty Honey

Inhoudelijk staat deze programmalijn sterk, met een focus op kleinschalige concerten van hoge muzikale waarde. Toch zien we een verschuiving in het bezoekersgedrag: waar gevestigde namen voldoende publiek trekken, is er voor minder bekende namen meer nodig dan alleen een podium. Festivals zoals Blue Heart en thema-avonden kunnen uitkomst bieden.

Soul/Funk/Disco

Highlights: Sunday Sessions XXL, Izo Fitzroy, Edsilia Rombley

Victorie Sunday Sessions vormt de kern van deze programmalijn. Door de vaste maandelijkse reeks op zondagmiddag en een feestelijke XXL-jubileumeditie staat het concept steviger dan ooit. Victorie heeft hiermee een unieke plek gecreëerd voor dit genre in de regio Alkmaar. Het succes rust op de sterke binding met ons trouwe publiek en de community die rondom deze sessies is ontstaan. Aanvullende concerten zorgen daarnaast voor de nodige muzikale verdieping.

Tributes

Highlights: Treasure, ACinDC, Club Tropicana ft. WHAMANIA

In 2025 hebben we het aanbod van tribute acts breder getrokken. Waar de focus voorheen vooral op klassieke rock lag, was er dit jaar meer ruimte voor variatie, met succesvolle uitstapjes naar de jaren 90, pop en feestelijke formats. Tributes vormen een stabiele en publieksvriendelijke pijler binnen onze programmering, met een voorspelbare kaartverkoop. Victorie kiest hierbij bewust voor kwaliteit boven kwantiteit: we programmeren uitsluitend de top van het segment (het 'A-segment') en waken voor een goede balans met ons overige aanbod.



Victorie on Tour

In 2025 kreeg Victorie on Tour een mooi vervolg met NÆL (Renée Spijker) als geselecteerde artiest. In dit traject draaide alles om de synergie tussen de muziek van NÆL en bijzondere, kleinschalige locaties in Noord-Holland. De tour deed unieke plekken aan zoals de Kapel Kerk (Alkmaar), De Kooger Kerk (Zuid-Scharwoude), Het Oude Gemaal (Heerhugowaard), De Groene Zwaan (De Rijp) en de Witte Kerk (Heiloo).

Deze intieme en betoverende settings boden ruimte voor artistieke verdieping en directe interactie met het publiek. De publieksopkomst sloot naadloos aan bij de karakteristieke locaties, waarbij een gestage en realistische opbouw van de achterban centraal stond. Met deze editie onderstreept Victorie de kracht van dit traject: het bieden van een podium voor artistieke groei en het verbinden van nieuw publiek aan regionaal talent op een bijzondere manier.

Talentonwikkeling

Ook in 2025 heeft Victorie haar rol als samenwerkingspartner, initiator en producent verzilverd. We ondersteunen regionaal talent op diverse niveaus om hun zichtbaarheid en professionele groei te vergroten. Dit deden we onder andere door:

- Eigen initiatieven: het organiseren van laagdrempelige platforms zoals het Open Podium en inhoudelijke coaching via het Live Demo Panel.
- Programmeren: talent een plek bieden als supportact bij grotere namen of binnen ontdekkingsconcepten zoals What's New?.
- Faciliteren: het ondersteunen en huisvesten van lokale initiatieven zoals Alkmaar Plugged Live, Noorderwind Festival en Alkmaars Eigenste.
- Releases: het bieden van ruimte en expertise voor de EP- en albumreleases van regionale acts.
- Professionalisering: met het traject Victorie on Tour bieden we talent de kans om ook buiten het eigen podium vliegreuen te maken en ervaring op te doen.

Deze combinatie van programmeren, begeleiden en faciliteren zorgt ervoor dat talentontwikkeling geen losstaand project is, maar een integraal onderdeel van onze organisatie. Hierin staan een natuurlijke doorstroom en maximale zichtbaarheid van de artiest centraal.





Dakterrass

In 2025 vormde ons dakterrass opnieuw het decor voor een reeks bijzondere openluchtconcerten van WIES, Typhoon, Altin Gün en Wodan Boys. Als een van de weinige Nederlandse poppodia met een structureel vergund dakterrass voor livemuziek, neemt Victorie een unieke positie in. De kracht van deze concerten ligt in de combinatie van de stedelijke openluchtbeleving in combinatie met optredens van relevante artiesten; een unieke ervaring die wezenlijk anders is dan een regulier zaalconcert. Voor artiesten biedt het dakterrass een bijzonder podium dat bijdraagt aan hun profilering, terwijl het voor Alkmaar de zomerse culturele dynamiek versterkt.

Festivals en externe samenwerkingen

In 2025 heeft Podium Victorie binnen de live programmering bewust gekozen voor een selectief aantal festivals en samenwerkingen. Hierbij waren inhoudelijke meerwaarde, haalbaarheid en strategische positionering de belangrijkste uitgangspunten. De gerealiseerde projecten Blue Heart, Alkmaars Eigenste, Yes In My Backyard (YIMBY), Festival Budaya en Move The City tonen een veelzijdig palet van eigen initiatieven, samenwerkingen met lokale partners en maatschappelijke verbinding.

Waar Blue Heart als eigen concept ruimte bood voor volledige regie en profilering, bevestigde Alkmaars Eigenste juist het belang van samenwerking met lokale makers. De deelname aan YIMBY (met Karavaan) vergrootte onze zichtbaarheid binnen een brede festivalcontext en leverde waardevolle inzichten op over schaal- en rolverdeling. Met Festival Budaya onderstreepte Victorie haar rol als maatschappelijk partner met aandacht voor inclusie en dialoog. Gezamenlijk vormen deze ervaringen een goed fundament voor het festivalbeleid van de komende jaren.

Dance

In 2025 heeft Podium Victorie geïnvesteerd in de vernieuwing en verbreding van de dance programmering. Door succesvolle formats verder te ontwikkelen en te experimenteren met nieuwe genres, speelden we in op de actuele muziekstromingen en het veranderende uitgaansgedrag. Hierbij lag de nadruk op diversiteit en talentontwikkeling; we boden volop ruimte aan jonge makers, lokale organisatoren en alternatieve subculturen. Door bovendien aan te haken bij stadsbrede evenementen en afterparties heeft Victorie haar positie als hét kloppende hart van de Alkmaarse nachtcultuur stevig verankerd.

Hoewel deze koers inhoudelijk succesvol was, bleven de bezoekersaantallen en opbrengsten achter. Dit is deels te verklaren door de grillige en concurrerende uitgaansmarkt, maar ook door de bewuste keuze voor een ontwikkelgericht programma. Bij het ontwikkelen van nieuwe concepten en het aanspreken van nieuwe doelgroepen ligt de nadruk in eerste instantie op vernieuwing en experimenteren. De financiële opbrengsten daarvan zijn meestal niet direct zichtbaar, maar worden pas op de langere termijn gerealiseerd.

- Doorontwikkeling van bestaande concepten: succesvolle en structureel uitverkochte avonden zoals PIÑA, Crazy 90s, De Parallel en Soulful Sessions zijn in 2025 verder doorontwikkeld. In diverse gevallen groeiden deze formats door naar grotere producties die het gehele pand besloegen.
- Verbreding van genres en doelgroepen. Het aanbod varieerde van latin, urban en soul tot hard techno, hardstyle, house en drum & bass, waarmee uiteenlopende doelgroepen werden bereikt, van jongeren tot 40+ en bezoekers die niet meer tot laat willen uitgaan.
- Introductie van nieuwe concepten: in samenwerking met externe partners en jonge makers zijn diverse nieuwe concepten gelanceerd, waaronder LOWFRIENDS, Synth80's, RnB Singalong, Wasserette, TNWE, Junkyard en New Wave Generation.
- Victorie vervulde een belangrijke rol voor lokale en jonge organisatoren. Concepten als Raw Resonate, SHAYO, Kudt en De Clubnacht werden ontwikkeld met lokale collectieven, waarbij het podium fungeerde als essentiële ontwikkelplek.
- Er werd blijvend geïnvesteerd in alternatieve en ontwikkelgerichte programmering. Met avonden als Bar Blut, The Voyage en Het Grasveld was er volop ruimte voor vernieuwende, experimentele en talentgerichte club- en livemuziek.
- Het podium vervulde een actieve rol binnen stedelijke en landelijke initiatieven. Zo was Victorie onder meer gastlocatie voor de afterparty van Museumnacht Alkmaar, nam het deel aan de landelijke 10x10-tour van De Sluwe Vos en bood het ruimte aan diverse fan- en reüniefesten.

Verhuur

In 2025 lag de nadruk bij de afdeling verhuur op het verdiepen van samenwerkingen en een verdere professionalisering van de dienstverlening. Victorie ontwikkelt zich steeds sterker als een locatie die volledig 'plug-and-play' inzetbaar is voor uiteenlopende zakelijke en maatschappelijke opdrachtgevers.

Een van de hoogtepunten van het jaar was het groots opgezette personeelsfeest van ERIKS, waarbij bekende Nederlandse artiesten en een complexe productie op hoog niveau samenkwamen. Daarnaast is de samenwerking met Rabobank stevig uitgebouwd. Dit resulteerde in meerdere evenementen die niet alleen inhoudelijk sterk waren, maar ook een duidelijke maatschappelijke impact hadden binnen de regio.

De Gemeente Alkmaar behoorde opnieuw tot de grootste afnemers en maakte op diverse momenten gebruik van onze faciliteiten. Een bijzonder moment was de terugkeer van het Alkmaar Sportgala; deze editie voelde door het hoogwaardige programma en de strakke uitvoering als de meest succesvolle tot nu toe. Ook rondom de feestdagen onderstreepte Victorie haar brede inzetbaarheid door onderwijsinstellingen zoals het PCC Lyceum en InHolland te verwelkomen.

Desondanks bleven de verhuuropbrengsten in 2025 achter bij de begroting, mede door een lagere afname vanuit de zakelijke markt en het onderwijs. Deze daling hield deels verband met de overgang naar een nieuwe website. Omdat bepaalde functionaliteiten binnen het verhuurproces tijdelijk niet optimaal beschikbaar waren, verliep de afhandeling van aanvragen minder soepel dan gewend. Dit had een remmend effect op de totale opbrengsten, maar de betreffende processen zijn inmiddels volledig hersteld en geoptimaliseerd voor de toekomst.

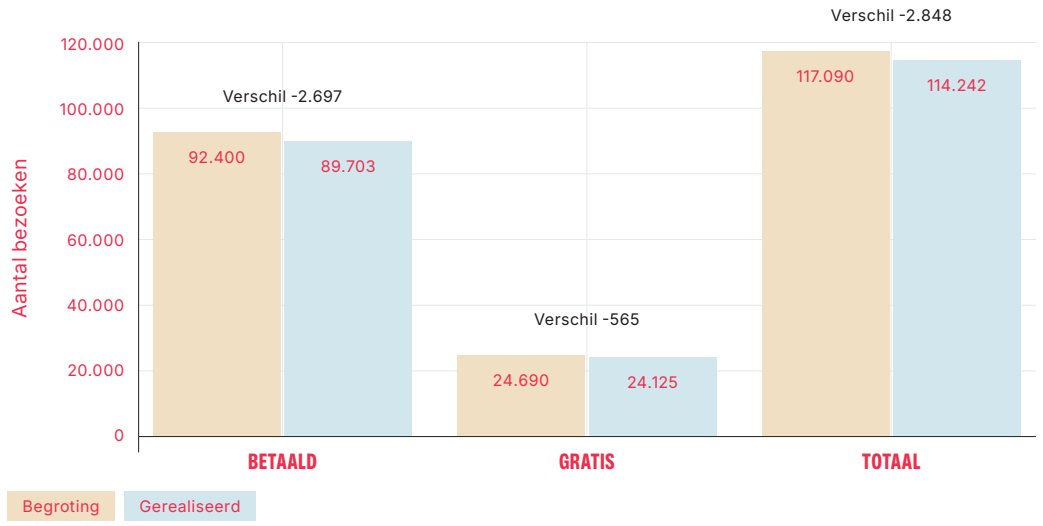


MARKETING

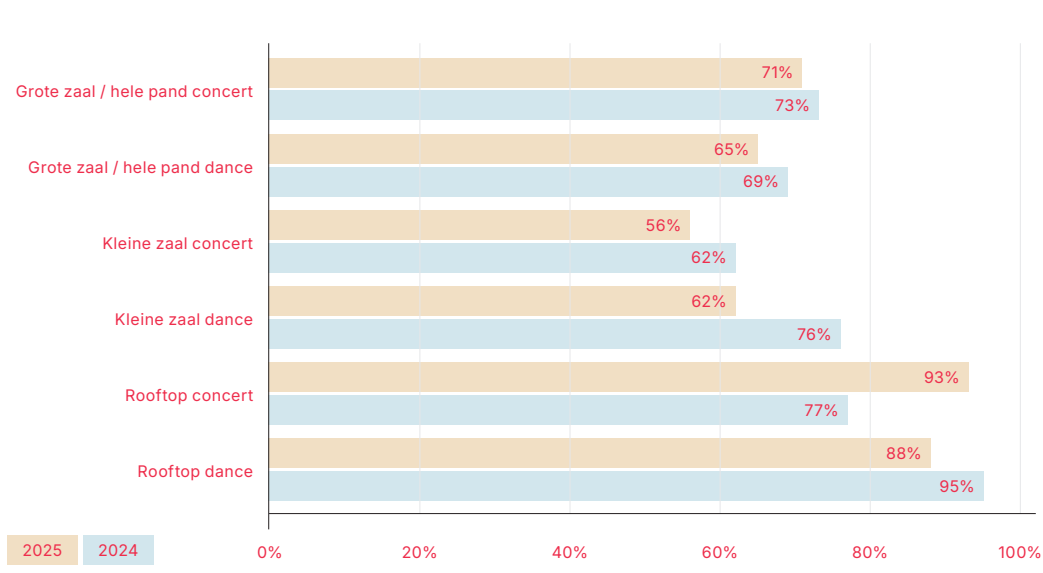


AANTAL BEZOEKEN EN BEZETTINGSGRAAD

BEZOEKEN



BEZETTINGSGRAAD



Doelstellingen publieksbereik

In 2025 heeft Victorie belangrijke inzichten opgedaan voor de verdere ontwikkeling van onze programmering en marketing, dankzij de stabilisatie in de bezoekersaantallen. De bezettingsgraad kwam, met uitzondering van de dakterrasshows, iets lager uit. Dit werd beïnvloed door een combinatie van factoren, waaronder de ontwikkelfase van nieuwe evenementen, verschuivingen binnen dance en verhuur en de samenstelling van de programmering, waaronder een focus op meer genderbalans en artiesten met diverse achtergronden. Positief is dat de liveconcerten de begroting hebben overtroffen.

De opgedane ervaringen vormen een stevige basis voor het verder aanscherpen van de programmering en het duurzaam versterken van de publieksopbouw in de komende jaren. Vanuit marketing en publieksonwikkeling is in 2025 ook nadrukkelijk aandacht besteed aan toegankelijkheid en inclusie. Zo hebben we bijvoorbeeld tweemaal bewoners van het AZC uitgenodigd voor een bezoek aan Victorie, evenals tweemaal gezinnen met een kleine beurs. Met deze initiatieven wil Victorie drempels verlagen en nieuwe doelgroepen de mogelijkheid bieden om kennis te maken met het podium.

Speerpunten op het gebied van marketing en communicatie waren in 2025:

- Vergroten online bereik en conversie
- Vergroten zichtbaarheid en bereik in de regio
- Uitbreiden database en vergroten kennis van ticketkopers
- Jubileum 15 jaar Victorie vieren
- Inzetten van jongerentickets
- Lanceren nieuwe huisstijl en website



PUBLIEKSPOTENTIEEL

Verzorgingsgebied:

NH-Noord + IJmond + Zaanstreek / Waterland

Totale bevolking:

± 1,4 miljoen

Doelgroep (20-70 jaar):

± 888.000

Verwachte groei tot 2040:

± 933.000 (+5%)

Binnen 30 minuten:

± 500.000+ inwoners



Vergroten online bereik en conversie

Het marketingteam heeft in 2025 sterk ingezet op het vergroten van het online bereik en het optimaliseren van conversie. Omdat de online omgeving zich voortdurend ontwikkelt, werken we meerdere keren per jaar samen met externe specialisten. In gezamenlijke evaluaties wordt de strategie aangescherpt en bijgestuurd, zodat onze online aanpak actueel, relevant en effectief blijft. Ook in 2025 hebben externe experts – met een frisse blik van buiten het culturele werkveld – onze online marketing doorgelicht en waar nodig structuren geoptimaliseerd. Dit heeft bijgedragen aan een efficiëntere inzet van de beschikbare budgetten en een verdere versterking van de conversie.

De online omgeving van Victorie bestaat uit een mix van campagnes via META (Facebook en Instagram), TikTok, Google Ads, de website en e-mailmarketing. Op social media was sprake van duidelijke groei. Het aantal Instagramvolgers nam toe met 3.200 en de Facebookpagina groeide met 2.000 volgers. In combinatie met gerichte betaalde campagnes resulteerde dit in een bereik van 829.000 accounts op Instagram en maar liefst 18,3 miljoen weergaven op Facebook. De website werd in 2025 bezocht door 560.480 unieke bezoekers, goed voor 3.800.000 pageviews. Ook TikTok liet een sterke ontwikkeling zien: onze video's werden meer dan 200.000 keer bekeken, een aanzienlijke groei ten opzichte van 14.257 weergaven in het voorgaande jaar.

Daarnaast groeide het aantal nieuwsbriefabonnees in 2025 met ongeveer 2.000, van 41.000 naar 43.000. Deze groei is mede gerealiseerd door de inzet van een pop-up op de website en gerichte campagnes via Google Ads.

Victorie heeft zich ook actief gericht op het ontwikkelen van content die aansluit bij actuele trends en de voorkeuren van het publiek. Dit resulteerde in een versterkte inzet op video, reels en TikTok: formats die aantoonbaar zorgen voor meer zichtbaarheid, bereik en engagement en daarmee een steeds belangrijkere rol spelen binnen de onlinestrategie.

Vergroten zichtbaarheid en bereik in de regio

We hebben zowel digitaal als analoog aanzienlijke inspanningen geleverd. Analoog voerden we campagnes via Centercom, indoor posters, billboards, MUPI's, hekwerk banners op festivals en een grootschalige printcampagne op NS-stations in Noord-Holland boven het Noordzeekanaal. Online versterkten we ons regionale bereik door middel van (betaalde) campagnes op Facebook, Instagram, TikTok en Google.

In 2025 programmeerde Victorie een aanzienlijk aantal evenementen met een bovenregionale aantrekkingskracht, waaronder optredens van Triggerfinger, K's Choice, The Veils, Los Lobos, Omar Souleyman en Anadolu Sounds. Deze programmering trok bezoekers van verder weg en verklaart de groei in bereik en bezoek vanuit de regio op 40 kilometer en daarbuiten.

Regio	2025	2024
Alkmaar	31%	30%
Tot 30 km	45%	50%
30 tot 40 km	6%	6%
40 km en verder	18%	14%

15 JAAR VICTORIE



VICTORIE
ALKMAAR



Uitbreiden database en vergroten kennis van ticketkopers

Victorie heeft de afgelopen jaren gewerkt aan de opbouw van een uitgebreide database, die inmiddels 134.000 personen omvat en is uitgegroeid tot een van onze belangrijkste marketinginstrumenten. Via deze database bereiken en informeren we ons publiek, stimuleren we ticketverkoop en doen we onderzoek naar de programmering en de tevredenheid van bezoekers. De database is bovendien gekoppeld aan ons ticketsysteem, waardoor we gerichter kunnen communiceren en beter inzicht krijgen in het gedrag en de interesses van ons publiek.

Om optimaal gebruik te maken van publieksdata is Victorie continu in gesprek met ticketaanbieder Active Tickets. Het verkrijgen van diepgaand en actueel inzicht in ticketkopers vormt daarbij een belangrijke prioriteit. Met de introductie van een nieuw dashboard door Active Tickets in 2024 beschikken we over snellere en beter toegankelijke inzichten. Hierdoor was het ook in 2025 mogelijk om ons publieksgerichter en efficiënter in kaart te brengen.

De marketeers van Victorie monitoren deze data structureel en zetten de inzichten actief in op eventniveau. Daarmee fungeren zij als inhoudelijke sparringpartner voor het programmteam, wat bijdraagt aan beter onderbouwde programmeerkeuzes en een gerichtere publieksbenadering.

Jubileum 15 jaar victorie vieren

In 2025 vierde Victorie haar 15-jarig bestaan met een bijzondere jubileumreeks waarin verleden, heden en toekomst van het podium samenkwamen. Het jubileum werd gevierd met een serie aansprekende concerten van onder andere K's Choice, Triggerfinger, Peter Pan Speedrock en Broederliefde, artiesten die de brede en eigenzinnige programmering van Victorie benadrukken.



Ter gelegenheid van het jubileum werd het pand speciaal aangekleed en ontwikkelden we een opvallende jubileumcampagne die breed zichtbaar was binnen het verzorgingsgebied. Zowel online als offline was Victorie nadrukkelijk aanwezig, wat zorgde voor extra aandacht, betrokkenheid en trots bij publiek, artiesten en partners.

Het jubileum bood niet alleen een moment om stil te staan bij vijftien jaar Victorie, maar benadrukte ook de positie van het podium als vaste waarde in de regionale en bovenregionale muzieksector. Samen met ons publiek, artiesten, vrijwilligers en partners werd het jubileumjaar een feestelijke bevestiging van wat Victorie is én wil blijven: een toegankelijke, ambitieuze en veelzijdige plek om samen muziek te kunnen vieren.

Inzetten van jongerentickets

Eind 2025 is een start gemaakt met jongerentickets. Bij evenementen met een jongere doelgroep zijn, in samenwerking met Rabobank, tickets met korting ingezet om de drempel voor het bezoeken van concerten en culturele activiteiten te verlagen. In die laatste maanden van 2025 zijn 223 jongerentickets verkocht. Met deze pilot willen we jongeren niet alleen vaker naar evenementen laten komen, maar hen ook kennis laten maken met nieuwe muziek en evenementen. De eerste ervaringen laten zien dat prijs een belangrijke factor is bij de keuze om een kaartje te kopen; door een gereduceerd tarief aan te bieden ontstaat er meer ruimte om spontaan een programma te bezoeken en bereikt het podium een jonger en diverser publiek. In 2026 zetten we deze lijn door en wordt de regeling structureel ingezet bij programma's die aansluiten bij een nieuwe generatie bezoekers, waarbij we blijven bouwen op de eerste positieve ervaringen en de samenwerking met Rabobank.

“Echt een aanwinst voor Alkmaar en de rest van Noord-Holland boven het IJ!”

“Goed bereikbaar, normale prijzen en boven alles een mooie ruimte met goed geluid. Het personeel is ook bijzonder vriendelijk en professioneel. Andere steden doen er goed aan eens te kijken hoe ze dat in Alkmaar hebben gedaan.”

“Mooi poppodium. Niet te groot, maar wel een leuke programmering! Niet alleen bekende namen, maar ook ruimte voor muziekgenres die wat minder algemeen geliefd zijn en er is plek voor bijzondere evenementen.”

Lanceren nieuwe huisstijl en website

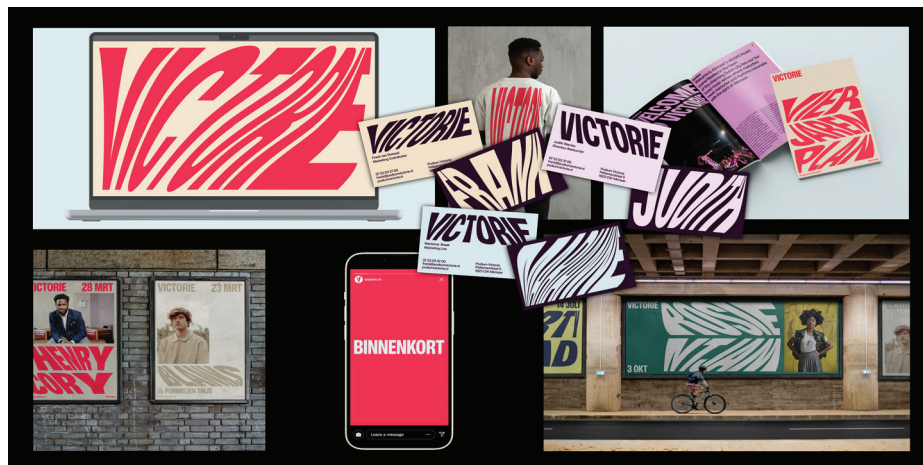
In 2024 is samen met het gerenommeerde designbureau LAVA intensief gewerkt aan de ontwikkeling van een nieuwe huisstijl en website. Deze vernieuwing vormt niet alleen een visuele upgrade, maar versterkt en moderniseert ook de digitale aanwezigheid van Victorie. De vernieuwde uitstraling sluit beter aan bij de verwachtingen van publiek, bezoekers en stakeholders én bij de huidige technologische ontwikkelingen. Tegelijkertijd draagt de nieuwe identiteit bij aan het verder versterken van de positie van Victorie in de regio.

In 2025 is deze visuele vernieuwing nadrukkelijk gekoppeld aan een aangescherpte merkstrategie. Met de payoff 'Samen Muziek Vieren' heeft Victorie een heldere en herkenbare kernboodschap geïntroduceerd die richting geeft aan communicatie, programmering en publieksbenadering. In dit kader zijn ook de missie en visie van Victorie vastgesteld en actief uitgedragen, zowel intern als extern. Victorie positioneert zich hiermee expliciet als hét poppodium van Noord-Holland Noord met nationale allure en een lokale ziel, waar muzikale verbinding, meerstemmigheid en volhoudbaarheid centraal staan.

De kernwaarden - aandacht, zeggingskracht, toonaangevend, eigentijds, meerstemmigheid, volhoudbaarheid en samen - vormen sindsdien een belangrijk kompas in de dagelijkse praktijk. Ze zijn zichtbaar in de manier waarop Victorie programmeert, communiceert en samenwerkt met publiek, artiesten en partners. De nieuwe huisstijl en website fungeren daarbij als dragers van het merkverhaal en maken het mogelijk om deze waarden consequent en herkenbaar uit te dragen.

Binnen het traject is bovendien veel aandacht besteed aan gebruiksvriendelijkheid en efficiëntie. Een speciaal ontwikkelde tool maakt het mogelijk om marketinguitingen in de nieuwe huisstijl - zoals posters, reels en social media posts - deels geautomatiseerd te genereren. Dit versnelt het werkproces aanzienlijk en zorgt voor een consistente visuele uitstraling binnen alle kanalen.

Op 15 april 2025 is de nieuwe huisstijl en website succesvol gelanceerd. Sindsdien verlopen de dagelijkse marketing- en communicatiewerkzaamheden merkbaar soepeler. Daarnaast sluit de vernieuwde visuele identiteit beter aan bij jongere doelgroepen en spreekt zij hen sterker aan, wat bijdraagt aan een frisse, eigentijdse en toekomstgerichte positionering van Victorie.



Victorie in de media

In 2025 stond Podium Victorie regelmatig in de regionale en landelijke media. Het 15-jarig jubileum zorgde voor brede aandacht via nieuwsplatforms, muziekmedia en culturele agenda's, met publicaties over de jubileumprogrammering, speciale evenementen en de positie van Victorie binnen het culturele landschap van Noord-Holland.

Daarnaast kreeg ook de campagne Alkmaar Breekt de Stilte veel aandacht. Met deze campagne vroeg Victorie samen met partners aandacht voor grensoverschrijdend gedrag richting vrouwen en de rol die mannen kunnen spelen in het doorbreken daarvan. De campagne leidde tot zichtbaarheid in regionale pers, online media en sociale kanalen en droeg bij aan gesprekken over sociale veiligheid, bewustwording en verantwoordelijkheid binnen het uitgaansleven en daarbuiten.

Ook de ontwikkelingen rondom de uitbreiding van Victorie werden breed opgepakt in de media. In interviews en achtergrondartikelen werd de groei van het poppodium nadrukkelijk gekoppeld aan de culturele en economische ontwikkeling van Alkmaar. Daarbij werd onder meer belicht dat Victorie jaarlijks een belangrijke economische impuls aan de stad levert en steeds vaker tegen de grenzen van de huidige capaciteit aanloopt. De plannen voor een groter podium en aanvullende zalen werden in meerdere publicaties genoemd als een belangrijke stap voor de verdere ontwikkeling van zowel Victorie als het culturele aanbod in de regio.



Pip Lieke Lucas zong een lied bij de start van campagne Alkmaar Breekt De Stilte. © Foto ijfoto.nl/Marco Schilpp

ALKMAAR Het kan niemand in Alkmaar ontgaan: overal hangen posters van Alkmaar Breekt De Stilte. Alkmaarse mannen spreken zich uit tegen seksueel grensoverschrijdend gedrag en willen elkaar daarop aanspreken. De campagne beleefde



Winnaars Savannah Mulder (11) en Miquel Praat (16) © La Luuz

ALKMAAR Na drie voorrondes en een halve finale in Theater de Vest, was het tijd voor de finale van Alkmaars Talent 2025. Savannah Mulder (11) en Miquel Praat (16) namen de winst in ontvangst op het podium van Victorie.

Poppodium

+ De plek waar kippenvel ontstaat. Poppodium Victorie bestaat 15 jaar. 'Grote artiesten zien, lekker op het fietsje heen'

Fred Hoogendoorn

10-11-24, 13:53



Tobias Huveneers, Frank van Roessel en Maurice Baas (vnr) op het podium van de grote zaal van Victorie. © ijfoto.nl /Jan Jong

ALKMAAR Het is de plek waar menigeen kippenvel kreeg. Muziek is immers bij uitstek het kunstgenre dat de ziel en het hart kan raken. En dat gebeurt aan de lopende band in Victorie. Het Alkmaarse poppodium bestaat 15 jaar. Een terugblik met drie oudgedienden.

+ 'Victorie levert de stad miljoenen extra omzet op'. Nieuwe directeur Daniële Streep over de toekomst van het Alkmaarse poppodium

Fred Hoogendoorn

11-04-25, 18:52



Directeur Daniële Streep in de grote zaal van Victorie. „Het was mijn droom om voor een poppodium te werken.“ © Foto Erna Faust

ALKMAAR Poppodium Victorie in Alkmaar wordt een belangrijke speler op de markt. Met een grotere zaal kunnen ook grotere artiesten en bands worden geboekt. Directeur Daniële Streep (40) kan eigenlijk niet wachten tot het zover is. Toch zal dat moeten, want het kan nog tien jaar duren voordat Victorie is verbouwd.

+ 'Samen muziek vieren'. Podium Victorie wil nieuw publiek bereiken, bank schiet daarbij te hulp

Connie Vertegaal

23-10-25, 14:47



Tijdens de eerste avond van Anadolu Sounds in Victorie danst het publiek de Halay, een traditionele Turkse dans. © Foto Erna Faust

ALKMAAR Snerpand klinkt de trompet uit boven de doffe slagen van een grote trom. Twee muzikanten staan midden tussen het publiek in de grote zaal van Poppodium Victorie in Alkmaar. Rond dit tweetal vormt zich een grote kring. Het publiek danst de Halay: een traditionele Turkse dans.

+ Victorie naar top tien van grootste popzalen in Nederland. Dus kunnen Roxy Dekker, Chef'Special en Claude nu ook komen

Fred Hoogendoorn

11-04-25, 18:38



Poppodium Victorie van bovenaf gezien. Achter de naam het dakterras, waarop een middenzaal komt. Achter het pand de parkeerplaats, waarheen de grote zaal wordt uitgebreid. © Foto Erna Faust

ALKMAAR Daniële Streep, de directeur van Victorie, is 'heel blij'. Het poppodium in Alkmaar krijgt een grotere hoofdzaal met een capaciteit van 1.500 bezoekers. Daarmee komt Victorie in de landelijke top tien van de 1000-pluszalen, met onder meer Paradiso en de Melkweg in Amsterdam, 013 in Tilburg en de Effenaar in Eindhoven.

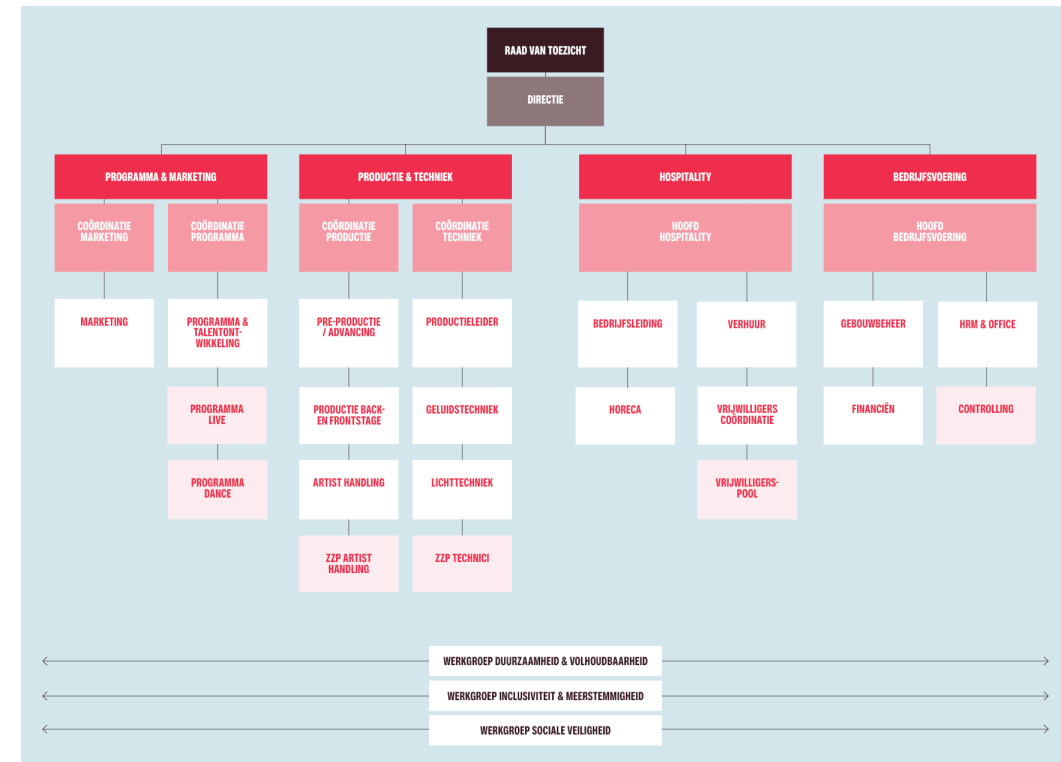
ORGANISATIE

Organisatiestructuur

In 2025 is bij Victorie gericht gewerkt aan het verder versterken en professionaliseren van de organisatie. De introductie van een vernieuwde missie, visie en kernwaarden vormde hierbij een belangrijk uitgangspunt. Deze geven richting aan hoe we samenwerken, hoe rollen zich tot elkaar verhouden en hoe iedere bijdrage aansluit op het gezamenlijke doel van Victorie.

Als eerste stap is een nieuw organogram vastgesteld. Dit organogram brengt meer helderheid in rollen, verantwoordelijkheden en onderlinge verhoudingen binnen de organisatie en vormt de basis voor verdere ontwikkeling. Het biedt houvast in de dagelijkse samenwerking en maakt duidelijker waar eigenaarschap ligt. Ook zijn een aantal nieuwe functies toegevoegd aan het team om de organisatie te verstevigen: Hoofd Bedrijfsvoering, Coördinator Productie, Coördinator Techniek, Coördinator Programma en Junior Programmeur.

Met het nieuwe organogram, de ontwikkeling van job scorecards, de gezamenlijke uitwerking van proceslijnen en gerichte trainingen zet Victorie stappen naar een organisatie met meer duidelijkheid, eigenaarschap en samenhang. Hiermee wordt een stevige basis gelegd voor verdere professionalisering en duurzame ontwikkeling in de komende jaren.



Personeel

Op 31 december 2025 telde ons personeelsbestand 56 medewerkers in loondienst. Hiervan hebben 30 medewerkers een vast aantal uren en zijn 26 medewerkers oproepkrachten met een 0 urencontract. De oproepkrachten worden ingezet tijdens producties, onder andere in functies als artist handler, horecamedewerker en assistent-bedrijfsleider.

De formatie exclusief oproepkrachten bedroeg 18,82 fte. De totale formatie inclusief oproepkrachten kwam in 2025 uit op 21,97 fte (2024: 18,99 fte). De toename in fte is mede het gevolg van het in dienst nemen van een aantal medewerkers die voorheen als zzp'er voor de organisatie werkzaam waren, mede vanwege de WetDBA.

Personeel	2025	2024
FTE incl. oproepkrachten	21,97	18,99
FTE excl. oproepkrachten	18,82	14,68
Medewerkers in loondienst	56	48
Waarvan oproepkrachten	26	30
ZZP Personeel	39	62

Werken richting job scorecards

Vanuit deze nieuwe structuur is Victorie gestart met de ontwikkeling richting job scorecards. Deze vormen de nieuwe basis voor voortgangs- en ontwikkelgesprekken en maken inzichtelijk hoe iedere rol (functie) concreet bijdraagt aan de missie en doelstellingen van Victorie. Hiermee ontstaat meer duidelijkheid over verwachtingen, verantwoordelijkheden en bijdrage, en wordt ontwikkeling expliciet gekoppeld aan de organisatiekoers.

Bij deze ontwikkeling worden we begeleid door Sandrijn Dekkers van Ruimte Pakken. Samen is gewerkt aan het scherp krijgen van rollen en het uitwerken van proceslijnen, zodat functies niet los van elkaar worden beschreven, maar in samenhang met het geheel van de organisatie. Deze aanpak ondersteunt het zorgvuldig en consistent opbouwen van de job scorecards.

Gedragscode en vertrouwenspersoon

In 2025 is de gedragscode expliciet opgenomen binnen de organisatie. De gedragscode beschrijft helder wat we onder gewenst en ongewenst gedrag verstaan en geldt voor iedereen die bij Victorie betrokken is, waaronder medewerkers, vrijwilligers, freelancers en artiesten. De code is verbonden aan de missie, visie en kernwaarden en vormt een belangrijk kader voor professioneel gedrag en sociale veiligheid.

Daarnaast is in 2025 een externe vertrouwenspersoon aangesteld: Danie Duzant van De Vertrouwenspersoon. Hiermee is een onafhankelijke voorziening ingericht voor medewerkers en vrijwilligers om situaties te bespreken en, waar nodig, meldingen te doen. Dit draagt bij aan een veilige werkomgeving waarin signalen serieus worden genomen en zorgvuldig worden opgevolgd.

Verbinding en onderlinge betrokkenheid

Ook in de dagelijkse praktijk is aandacht besteed aan verbinding. Zo is gestart met een gezamenlijke vegetarische lunch, waarbij medewerkers op vaste momenten samen eten. Dit informele moment draagt bij aan het versterken van de onderlinge band. De lunch sluit aan bij de kernwaarden samen, aandacht en volhoudbaarheid. Daarnaast staan alle medewerkers en vrijwilligers sinds 2025 op de website met een foto bij Ons Team, dit om Victorie meer een gezicht te geven.

Trainingen

- **Organisatie Framework**
Ter ondersteuning van deze beweging heeft een deel van het team deelgenomen aan de training Organisatie Framework, gegeven door Sandrijn Dekkers van Ruimte Pakken. Deze training is gericht op het gezamenlijk uitwerken van proceslijnen binnen de organisatie. Door samen te kijken naar hoe werkzaamheden, verantwoordelijkheden en besluitvorming op elkaar aansluiten, is gewerkt aan meer samenhang en begrip tussen teams en functies. De uitkomsten hiervan vormen belangrijke bouwstenen voor het verder uitwerken en implementeren van de job scorecards
- **Trainingen Sociale Veiligheid en Professioneel Gedrag**
Naast organisatieontwikkeling is in 2025 geïnvesteerd in het versterken van een professionele en veilige werkcultuur. Medewerkers en bedrijfsleiders volgden trainingen van IVY by Sex Matters, waaronder de Safer Clubbing Training gericht op sociale veiligheid tijdens evenementen op de werkvloer.
- **Professioneel Gedrag op de Werkvloer van de BeHr Groep.** In meerdere sessies, waaronder praktijkgerichte trainingen met acteurs, is gewerkt aan inclusief leiderschap, professionele houding, onderlinge aanspreekbaarheid, communicatie en gewenst gedrag binnen Victorie.

Roostering

In 2025 is Podium Victorie overgestapt op Nostradamus als roosterprogramma. Met deze stap is gekozen voor één geïntegreerd systeem voor personeelsplanning en urenregistratie. Nostradamus ondersteunt een meer transparante en toekomstbestendige manier van roosteren. Medewerkers hebben via dit programma inzicht in hun diensten en gewerkte uren, terwijl de organisatie beter kan sturen op planning, inzet en betrouwbaarheid van gegevens. Daarmee draagt het systeem bij aan verdere professionalisering van de bedrijfsvoering en vormt het een belangrijke randvoorwaarde voor duurzame inzetbaarheid en grip op personele capaciteit.



Vrijwilligers

In 2025 liet de vrijwilligersgroep van Victorie opnieuw zien hoe waardevol een hechte en betrokken gemeenschap is. Gedurende het jaar groeide het team naar 161 actieve vrijwilligers, ten opzichte van 151 in 2024. Deze ontwikkeling laat zien dat Victorie een plek blijft waar mensen zich welkom voelen en zich met plezier willen inzetten.

Het verloop bleef laag. Veel vrijwilligers zijn al langere tijd aan Victorie verbonden en blijven zich met enthousiasme inzetten. De positieve sfeer, sterke onderlinge verbondenheid en oprechte waardering vormen de basis voor deze duurzame betrokkenheid.

Beloning en waardering

Ook in 2025 stond de waardering voor onze vrijwilligers centraal. Gedurende het jaar organiseerden we diverse activiteiten die in het teken stonden van plezier, erkenning en onderlinge verbondenheid. Door informele ontmoetingen af te wisselen met grotere evenementen creëerden we het hele jaar door momenten voor ontmoeting en dialoog.

Het jaar ging feestelijk van start met de nieuwjaarsborrel, waarbij de introductie van de nieuwe directeur Daniële Streep werd gecombineerd met een gezamenlijke maaltijd en een blik op de toekomst. In het voorjaar volgden uiteenlopende activiteiten, zoals de Nationale Pannenkoeken dag in samenwerking met Rotaract en de sportieve deelname aan de Alkmaar Cityrun. Ter voorbereiding op de run werden er gezamenlijke trainingen en 'Vic Fit'-clinics georganiseerd, uiteraard afgesloten met een borrel.



“HET VOELT VOOR MIJ ALS EEN TWEDE FAMILIE. ZOVEEL VERSCHILLENDE MENSEN, MET ÉÉN GEMEENSCHAPPELIJKE LIEFDE VOOR MUZIEK.”

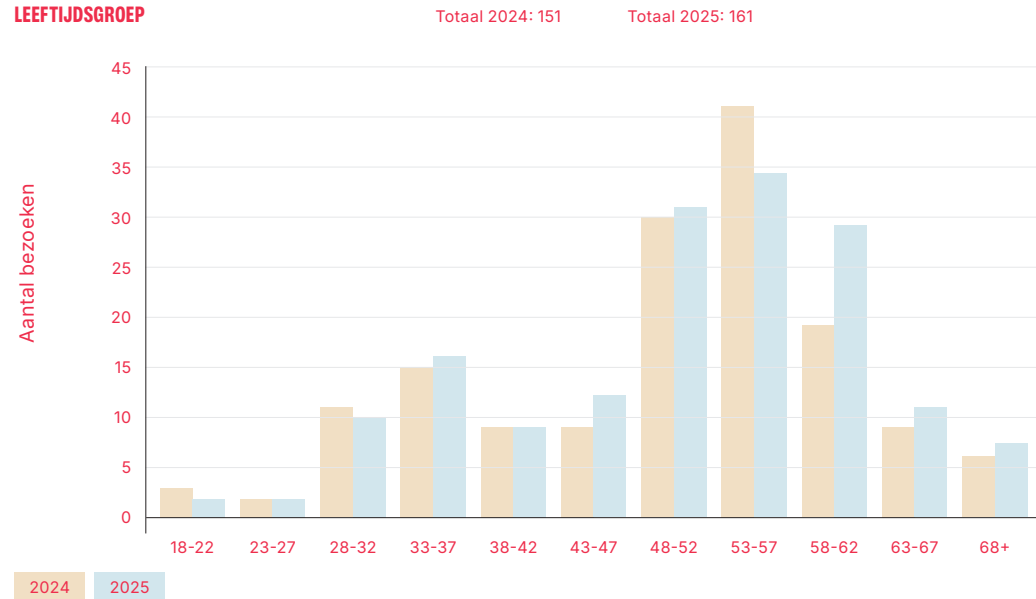
“IK BEN TROTS DAT IK ALS VRIJWILLIGER EEN KLEIN ONDERDEEL MAG ZIJN VAN EEN ORGANISATIE DIE MUZIEK EN CULTUUR IN ONZE REGIO MOGELIJK MAAKT.”

“SAMEN MET GEZELLIGE MENSEN BEZOEKERS EEN GEWELDIGE AVOND BEZORGEN EN ONDERTUSSEN ZELF OOK EEN LEUKE AVOND HEBBEN.”

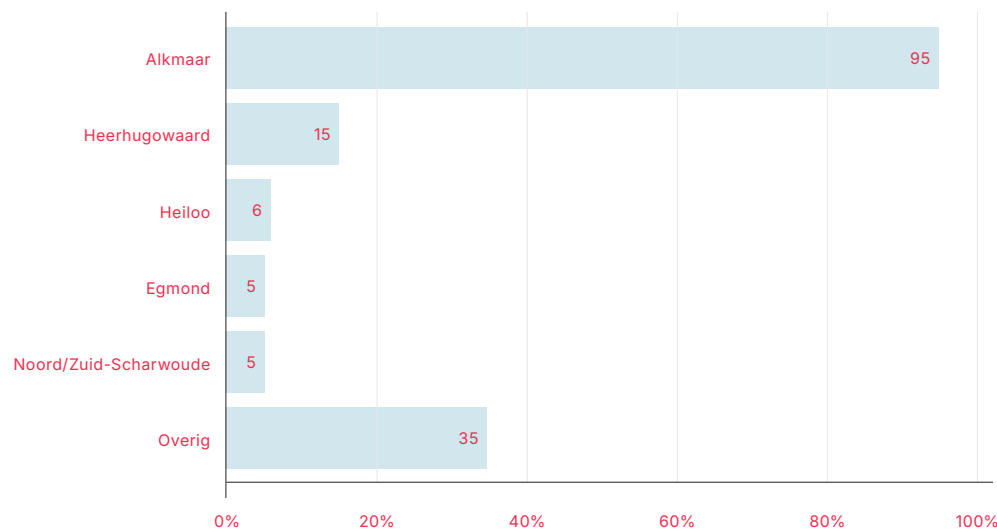
“IK KRIJG VAN IEDERE DIENST MEER ENERGIE DAN DAT HET ME KOST.”

HERKOMST EN LEEFTIJD VRIJWILLIGERS

LEEFTIJDSGROEP



WOONPLAATS



Een absoluut hoogtepunt was het vrijwilligersfeest op 17 mei. Tijdens deze 90's party genoten de collega's van een diner en een interactief programma, gevolgd door een swingend neonfeest. In de nazomer zochten we de buitenlucht op tijdens het externe uitje bij El Chiriquito aan het Geestmerambacht, waar actieve spellen en een barbecue zorgden voor veel interactie binnen de groep. Het jaar werd traditiegetrouw afgesloten in feestelijke kerstsfeer.

Als blijk van dank voor hun onmisbare inzet in 2025 ontvingen alle vrijwilligers een kerstpakket, ditmaal een tas gemaakt van de oude shirts met het oude logo, door VanHulley. Het Vanhulley-traject is een eenjarig leer-werktraject voor vrouwen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Zij maken in een atelier in Groningen de allermooiste nieuwe producten van bestaand materiaal. Verder zat in het pakket: alcoholvrije dranken, lokaal en fairtrade chocola, borrelnootjes van de Buurderij Alkmaar en een Victorie muts en een cadeaukaart.

Trainingen

In 2025 zijn trainingen aangeboden voor vrijwilligers, gericht op de meest voorkomende taken binnen Victorie. Scholing is een vast onderdeel van het vrijwilligersbeleid en draagt bij aan deskundigheid, veiligheid en een gastvrije werkomgeving. De trainingen zorgen voor goed voorbereide vrijwilligers, ondersteunen een soepele uitvoering van werkzaamheden en bieden momenten voor ontmoeting en uitwisseling tussen vrijwilligers.

Codes: cultural governance code, fair practice code, code diversiteit en inclusie

Bij Victorie werken we volgens de belangrijkste codes binnen de sector: de Cultural Governance Code, de Fair Practice Code en de Code Diversiteit & Inclusie. De Cultural Governance Code biedt richtlijnen voor het leidinggeven binnen de organisatie. We hanteren het Raad van Toezicht model als bestuurlijke vorm. De Fair Practice Code staat voor eerlijke beloning en gelijke kansen voor artiesten en medewerkers. Volgens de Code Diversiteit & Inclusie werken we aan meerstemmigheid binnen het Programma, Personeel, Publiek en Partners.

GEBOUW



Verbouw

Eind 2024 stelde de gemeente Alkmaar de vraag hoe de ruimtebehoefte van Victorie zich verhoudt tot de groei van de stad richting 2040. In reactie hierop hebben wij onze visie ingediend, ondersteund door een extern onderzoek ter validering van de plannen.

De kern van deze toekomstvisie is een uitbreiding van de huidige locatie, waarbij de grote zaal toegroeit naar een capaciteit van 1.500 bezoekers. Deze schaalvergroting stelt ons in staat een nieuw segment (inter)nationale acts aan te trekken en creëert een robuuster verdienmodel. De inkomsten uit deze zaal zijn bovendien noodzakelijk om blijvend te kunnen investeren in opkomend talent.

In de nieuwe plannen transformeert de huidige kleine zaal naar een sfeervol muziekcafé met een capaciteit van 150 personen. Dit wordt een laagdrempelige ontmoetingsplek voor de groeiende woon- en werkwijk Overstad, waarbij een kleine zaal de concertbeleving verder verrijkt. Daarnaast voorziet de visie in een nieuwe middenzaal voor 400 personen op het dakterras. Deze extra ruimte biedt de nodige armslag voor het middensegment bands, dance-events, festivals en verhuur.

Ondanks de komst van deze middenzaal blijft de wens voor een openluchtpodium bestaan. In samenwerking met partners als Theater de Vest en Karavaan willen we ook in de toekomst de zomerperiode optimaal benutten voor buitenconcerten. Het college van B&W heeft inmiddels positief geadviseerd over deze plannen; de besluitvorming in de gemeenteraad vindt plaats op 15 mei 2026. Als de plannen worden goedgekeurd, hopen wij binnen vijf jaar met de verbouwing te kunnen starten.

Omdat de groei van onze organisatie niet kan wachten op de langetermijnplanning, is in 2025 gestart met een onderzoek naar de verbetering van de huidige kantoorruimtes. Dit leidt in 2026 tot een kantoorverbouwing waarbij rust en functionaliteit centraal staan. Zo wordt de kantoorruimte opnieuw ingedeeld en creëren we een extra overlegruimte die ook dienst zal doen als kolf- en omkleedruimte voor medewerkers en vrijwilligers.

Duurzaamheid

Podium Victorie streeft ernaar haar ecologische voetafdruk voortdurend te verkleinen. In 2025 hebben we hierin belangrijke stappen gezet door ons aan te sluiten bij Genoeg Gewaste, een duurzaamheidscollectief van 31 Nederlandse podia en concertzalen. Als onderdeel van deze samenwerking zijn we gestart met de Milieubarometer, een meettool die ons nauwkeurig inzicht geeft in onze CO2-voetafdruk. De verzamelde data delen we actief binnen een landelijke benchmark om de sector als geheel te verduurzamen.

Naast het in kaart brengen van de reisbewegingen van onze bezoekers, hebben we dit jaar ingezet op circulaire oplossingen. In samenwerking met 013, Bibelot en Patronaat hebben we een draagtray voor drankjes ontwikkeld, volledig geproduceerd van gerecyclede hardcups. Ook op technisch vlak is er verduurzaamd: in de horecagebieden zijn vrijwel alle koelingen vervangen door moderne, energiezuinige modellen.

Op uitnodiging van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat nam Victorie in 2025 deel aan een programma gericht op het verminderen, scheiden en recyclen van bedrijfsafval. De inzichten uit dit traject vormen de basis voor een actieplan dat in 2026 wordt uitgerold. Daarnaast maken we in het nieuwe jaar een bewuste keuze op het gebied van catering: vanaf 2026 stapt Podium Victorie volledig over op vegetarische maaltijden voor zowel crew als artiesten.

Inrichting

In de zomer van 2025 heeft het gebouwbeheer van Victorie diverse belangrijke impulsen gekregen. In de grote zaal en de toiletgroepen is de kunststofvloer vervangen door een nieuwe, stroeve variant die zowel de veiligheid als de duurzaamheid ten goede komt. Ook in het artiestengedeelte is de vloer vernieuwd, nadat waterschade door eerdere lekkages vervanging noodzakelijk maakte.

De eikenhouten parketvloer in de foyer en de kleine zaal is vooralsnog behouden. Met het oog op de toekomstige verbouwingsplannen is er bewust voor gekozen deze vervanging uit te stellen, waarbij de veiligheid voor bezoekers, artiesten en personeel uiteraard nauwlettend wordt bewaakt. Daarnaast is in de grote zaal de vloerput aangepast om deze praktischer en arbovriendelijker te maken voor de technici. Ook is er een vervolg gegeven aan de doorontwikkeling van het vj-podium, waarbij de focus ligt op een optimale combinatie van functionaliteit en veiligheid; de uitvoering hiervan wordt in 2026 verwacht.

Een belangrijke innovatie voor het dakterras staat gepland voor het komende jaar. Om de rooftop vaker te kunnen benutten en concerten bij regenval niet naar binnen te hoeven verplaatsen, zijn eind 2025 offertes opgevraagd voor een inschuifbare, gedeeltelijke overkapping. De realisatie hiervan vindt plaats voor de zomer van 2026, waarmee we de continuïteit en de beleving van onze buitenprogrammering verder waarborgen.



FINANCIEEL



Resultaat

Victorie sluit het boekjaar 2025 vrijwel break-even af met een positief resultaat van €7,-. Dat resultaat in 2025 wordt verklaard door betere resultaten, vrijval van de onderhoudsvoorziening, lagere afschrijvingskosten als gevolg van uitgestelde investeringen en aanvullende sponsorinkomsten uit de samenwerking met Rabobank. Tegelijkertijd bleven de opbrengsten uit horeca, dance, verhuur en bezoekers achter en lagen de personeelskosten hoger door een andere inzet op activiteiten, de uitbreiding van het team en leidde ziekteverzuim tot niet alle gedekte kosten.

Een vrijwel break-even resultaat is, zeker in het licht van de sectorontwikkelingen, een goed resultaat. Want volgens sectorinformatie van de Vereniging van Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF) sluit naar schatting 60–70% van de poppodia het jaar af met een negatief resultaat. Dit benadrukt de brede financiële druk binnen onze sector. Binnen de poppodia sector is zichtbaar dat de gestegen kosten op het gebied van personeel, energie, schoonmaak, verzekeringen en overige operationele lasten leiden tot een terughoudender programmeerbeleid. Podia nemen minder risico en kiezen vaker voor programma's met een voorspelbaar resultaat. Hierdoor komen vernieuwende programma's, die vaak een langere aanlooptijd hebben en geld kosten, onder druk te staan.

Deze ontwikkeling heeft bredere gevolgen voor de sector. Wanneer minder ruimte ontstaat voor experiment en talentontwikkeling, vermindert de doorstroming van nieuw talent naar het grotere en meer commerciële aanbod. Dit kan op termijn leiden tot een smaller en minder vernieuwend programma aanbod binnen de gehele keten van popmuziek. Dus tegen die achtergrond is het resultaat van Victorie positief, maar het benadrukt ook dat de structurele druk op exploitatie aanwezig blijft.

Vooruitblik 2026

In 2026 ligt de focus op het versterken van de financiële basis van Victorie. Dit betekent meer inzet op programma's die beter renderen, met behoud van het artistieke profiel, wat in de huidige context een grote uitdaging is. Tegelijkertijd staat de exploitatie onder druk door kostenstijgingen die niet volledig worden gecompenseerd door de indexerings van de gemeentelijke subsidie. Daarnaast wordt ingezet op het verhogen van sponsorinkomsten, het verbeteren van de opbrengsten uit verhuur en horeca, een efficiëntere inrichting van de organisatie en een balans tussen inhoudelijke ambities en financiële haalbaarheid.

We zetten verder in op talentontwikkeling in de regio, met het nieuw op te richten Music Talent Club, gesponsord door partners. Samenwerkingen met partners zoals Karavaan, Bevrijdingsfestival Alkmaar, Hal25, Grote Kerk en De Weide, benaderen we zowel inhoudelijk als financieel, met een focus op publieksbereik. De toekomstige verbouw van ons pand wordt nader voorbereid door andere podia te bezoeken en door alvast een pilot te doen met het muziekcafé. Met de gedeeltelijke rooftop overkapping streven we ernaar om alle vergunde concerten buiten te laten plaatsvinden.