



Jaarverslag 2025

**STICHTING
CULTUURHUIS
CASA
CADANZA**

INHOUDSOPGAVE

Samenvattend bestuursverslag

1. Het gebouw	5
2. Casa Cadanza presenteert zich	6
3. Jongeren en lokale makers	7
4. Marketing en communicatie	8
5. Verhuur en horeca	10
6. Organisatie	11
7. Samenwerkingen	12
8. Culturele codes	13

Bijlagen

1. Bestuur
2. Brand DNA Casa Cadanza
3. Overzicht samenwerkingspartners

SAMENVATTEND BESTUURS- VERSLAG

Wanneer we straks na de opening van Cultuurhuis Casa Cadanza in oktober 2026 terugkijken op de hele ontstaansgeschiedenis, dan zullen er zeker diverse markante momenten/periodes oplichten. Momenten die worden beschouwd als wezenlijke gebeurtenissen, die de vorming van het cultuurhuis sterk hebben beïnvloed. Waarschijnlijk zullen die momenten ook nog eens variëren afhankelijk van het perspectief en de betrokkenheid van de betreffende beschouwer.

Vanuit ons perspectief en onze betrokkenheid beschouwt het bestuur van Stichting Cultuurhuis Casa Cadanza 2025 als het sleuteljaar in die ontwikkelgeschiedenis. In dit jaar manifesteerde de overgang van plan naar realiteit zich definitief en volwaardig. De mate van concretisering, die zich gedurende 2025 op talloze terreinen heeft voorgedaan, heeft ervoor gezorgd dat Casa Cadanza nu een realiteit is geworden, voorbij de status van wens, idee, plan, concept, ambitie, etc. Ultimo 2025 durven we zonder een slag om de arm te zeggen: we zijn er in Lansingerland!

Daarvoor is het bouwproces voldoende voorspoedig verlopen. Dat toonde fysiek elke dag aan de inwoners dat hen een aansprekend gebouw wacht. Daarvoor heeft een overtuigend college van B&W de gemeenteraad kunnen motiveren om een extra bouwbudget beschikbaar te stellen. Daarvoor heeft het "On Tour"-programma de meerwaarde van gevarieerde culturele activiteit aan de inwoners kunnen etaleren. Daarvoor heeft de visie en identiteit waarmee Casa Cadanza haar publieken tegemoet zal treden "smoel" gekregen. Daarvoor heeft de eigen organisatie groei doorgemaakt en pijn geleden, die horen bij het ontwikkelen van de benodigde kracht en kwaliteit om de klus aan te kunnen. Daarvoor is het commitment groot en verenigd gebleken waarmee alle betrokkenen onbeïnvloedbare tegenslagen als prijsstijgingen en netcongestie proberen te overwinnen. Daarvoor is de positieve response van het publiek, van andere culturele partijen, van scholen en maatschappelijke organisaties en van tal van anderen op de aanstaande komst van Casa Cadanza steeds breder en enthousiaster bij ons gekomen.

Dit jaarverslag beschrijft het handelen van de stichting, waarmee het jaar 2025 tot dit sleuteljaar is kunnen uitgroeien. In diverse hoofdstukken verhalen we over onze werkzaamheden, prestaties en ontwikkelingen. Als toekomstige gebruikers van het gebouw hebben we, samen met de bibliotheekorganisatie, intens gewerkt aan de aantrekkelijke "look-and-feel" van het gebouw; de aankleding en inrichting van het casco is ontworpen. Het partnerschap bewijst zich in deze praktijk. Verder is veel ingezet op samenwerking en relatie-ontwikkeling met de samenleving in Lansingerland. We zijn ook weer wijzer geworden over voor wie we eigenlijk ons

“Casa Cadanza is er voor de buurt. Voor heel Lansingerland. Een plek om elkaar te ontmoeten, iets nieuws te ontdekken, samen te lachen, stil te worden, mee te zingen, of gewoon de drukte van de dag te ontsnappen.”

Het team van Casa Cadanza

werk doen. Wat is de samenstelling van de bevolking en van ons publiek? Waar liggen hun culturele voorkeuren en wensen en hoe kunnen we daar goed op inspelen? Zoals beloofd plegen we daarbij extra inzet voor het publiek van jongeren. Publiek bedienen we niet alleen met een aansprekend eigen programma, maar ook door een praktijk van hospitality te ontwerpen en het gebouw beschikbaar te maken voor allerlei vormen van culturele en zakelijke verhuur.

Met en dankzij al deze inzet en activiteit menen we het aan ons beschikbaar gestelde publieke geld goed te hebben besteed. Dat is doelmatig gedaan en met voldoende efficiency. De verwerving van aanvullende eigen middelen uit kaartverkoop is nog bescheiden geweest. Onze verwachtingen hieromtrent lagen wat hoger dan we hebben gerealiseerd. Anderzijds is het kostenbeheer goed geweest en lopen de uitgaven in de pas met de verkregen inkomsten. De jaarrekening 2025 toont aan dat het financiële resultaat rondom het nulpunt ligt, conform hetgeen we in onze begroting + jaarplan 2025 aangaven.

Wat betreft het bestuurlijk functioneren kijken we ook voldoende tevreden terug op die inzet. De samenwerking tussen bestuur en directie kenmerkte zich door openheid, betrokkenheid en een gezamenlijk verantwoordelijkheidsgevoel voor de groeiende opgave binnen het project. In de

loop van 2025 werd zichtbaar dat de toenemende complexiteit en omvang van het werk aanvullende ondersteuning en versterking in de aansturing vroegen. Het bestuur heeft daarop, in goed overleg, verschillende interventies ingezet gericht op ondersteuning en borging van de continuïteit van de organisatie.

Eind januari 2026 heeft directeur Corinne van Lelieveld besloten haar directiefunctie neer te leggen en hebben we in gezamenlijkheid bepaald de samenwerking te beëindigen. De continuïteit van de werkzaamheden zijn snel gewaarborgd door de aanstelling van interim-coördinator Oscar van der Pluijm. Onder zijn leiding werkt het team gestaag verder aan de voortgang van het project. Daarnaast heeft het bestuur gekozen haar eigen expertises tijdelijk wat nadrukkelijker in te zetten om de voortgang van alle processen te waarborgen.

Een zelfevaluatie heeft in december een aantal verbeterpunten opgeleverd, waarmee we onze governance aan het versterken zijn. Tot slot moeten we melden dat de zoektocht naar een vijfde bestuurslid in 2025 niet is gelukt. De keuze om bestuurlijke kwaliteit en variatie te zoeken in jonge professionals (onder de 35 jaar) leverde geen geschikte match op. Die zoektocht zullen we in 2026 herhalen.

Inmiddels is 2026 alweer 4 maanden gevorderd. De processen gaan door op weg naar een officiële opening op 9 en 10 oktober 2026. Het werk uit 2025 bewijst zich als een solide fundament om Casa Cadanza door te bouwen. De druk neemt wel toe, want tijd en budget worden steeds krappere, terwijl we niet terugnemen in doelen en ambities en tegenvallers zich nog altijd soms manifesteren. Spannend zal het de komende maanden dus zeker worden. Maar de inzet blijft groot en het enthousiasme van publiek en samenleving geeft het werk een fijne ruggensteun. Van de nieuwe bestuurlijke, politieke constellatie verwachten we ook warme support. Die mag kritisch zijn en toezien op een efficiënte besteding van publiek geld. Maar Casa Cadanza is er. De meerwaarde voor het leefklimaat in Lansingerland wordt gezien.

Het bestuur ziet daarom vol vertrouwen en plezier uit naar het moment waarop we het publiek – in al zijn schakeringen – mogen ontvangen in het cultuurhuis van Lansingerland.

Namens het bestuur van
Stichting Cultuurhuis Casa Cadanza

Geert ter Steeg, voorzitter
mei 2026

*“Heel erg leuk,
goeie opbouw en
geweldig interactief
met kindjes.”*

Ramon,
Ik zou wel een kindje lusten,
27 september 2025



1.

HET GEBOUW

In 2025 heeft Casa Cadanza daadwerkelijk vorm gekregen. De buitenkant was eind van het jaar zo goed als gereed: het dak zit erop, de glazen puien zijn geplaatst en het metselwerk is voltooid. Wat lange tijd een bouwplaats was, ontwikkelt zich zichtbaar tot een plek waar straks ontmoeting, verbeelding en cultuur samenkomen.

De warme uitstraling van de bakstenen keert ook binnen terug. Casa Cadanza wordt een eigentijds, toegankelijk en licht gebouw waar bezoekers zich direct op hun gemak kunnen voelen. Het gebouw nodigt uit om binnen te komen en te blijven. In het interieur is gekozen voor warme kleuren en natuurlijke materialen. De vormgeving ondersteunt de beleving: rustig waar nodig, opvallend waar het helpt bij oriëntatie. Straks is de bewegwijzering goed zichtbaar en draagt de verlichting bij aan verschillende sferen in het gebouw. Ook de huisstijl krijgt een duidelijke plek in het interieur. Kenmerkende elementen, zoals de bollenletters, komen terug in grote onderdelen als de balie en de bar. In 2026 krijgt het ontwerp “the finishing touch” en wordt het definitief gerealiseerd.

Bij de inrichting is bewust gekozen voor samenwerking met lokale en regionale partijen. SV Projects uit Bergschenhoek en Peters Interieurbouw uit Dordrecht verzorgen het vaste meubilair en de boekenkasten. Voor de keukeninstallatie is samengewerkt met Bonnewits. Divi Media plaatst narrowcast-schermen waarop bezoekers en passanten straks eenvoudig actuele informatie lezen.

Naast de publieksinrichting zijn belangrijke keuzes gemaakt voor de theater- en filmtechnische installaties. Licht, geluid en audiovisuele apparatuur zijn besteld, evenals de uitschuifbare tribune met donkerrode stoelen voor de theaterzaal. Daarmee krijgt Casa Cadanza ook technisch de kwaliteit die past bij een professioneel cultuurhuis.

Een bijzonder moment in het bouwproces was het bereiken van het hoogste punt op 14 februari. Samen met stakeholders, omwonenden en geïnteresseerden werd hierbij stilgestaan. Tijdens deze bijeenkomst interviewde cabaretier Pieter Jouke wethouder Titia Cnossen en directeur Corinne van Lelieveld. Onder de aanwezigen werden toegangskaarten verloot voor een voorstelling na de opening — een eerste vooruitblik op wat Casa Cadanza straks te bieden heeft.

Tot slot moet vermeld worden dat in 2025, samen met B&D Funding, een fondsenwervingsplan is opgesteld, om een deel van deze inrichting te kunnen financieren. Alle aanvragen zijn in november en december ingediend.

De opening van Casa Cadanza is gepland in het weekend van 9 en 10 oktober 2026. Dan moet het dus echt klaar zijn. Het einde van een bouwproces betekent het begin van een nieuwe fase in het culturele leven van Lansingerland.



Rondleiding in de theaterzaal



Rondleiding op het dakterras

2.

CASA CADANZA PRESENTEERT ZICH

Casa Cadanza on tour

Op weg naar de opening werd *Casa Cadanza on tour* voortgezet in 2025. Met activiteiten op verschillende locaties in Lansingerland maakten bewoners kennis met wat Casa Cadanza straks te bieden heeft. Tegelijkertijd bouwden we verder aan naamsbekendheid en leerden we ons toekomstige publiek en onze partners steeds beter kennen. De programmering vormde opnieuw een voorproefje van het aanbod na opening. Niet alle ambities konden al gerealiseerd worden - soms ontbraken geschikte locaties of vergunningen - maar er ontstond wel een gevarieerd programma voor uiteenlopende doelgroepen. In totaal organiseerden we 21 evenementen.

Voorstellingen en evenementen

Het programma liet de breedte van Casa Cadanza zien: van kindervoorstellingen en familieactiviteiten tot comedy, concerten en filmvertoningen. Afgestemd op uiteenlopende publieksgroepen. De kindervoorstellingen, onder andere in Rehoboth, trokken veel publiek en vormden voor veel gezinnen een eerste kennismaking met Casa Cadanza. Voor volwassen publiek boden onder andere de nieuwe stand-up comedyavonden in café 't Centrum en de tuinconcerten een aansprekend programma. De comedyavonden bleken direct een waardevolle aanvulling te zijn. Daarnaast werd geëxperimenteerd met bijzondere locaties en combinaties van activiteiten, zoals een voorstelling in een kas in Bleiswijk

in combinatie met een workshop. Deze aanpak gaf inzicht in wat werkt voor het publiek en zo vormt zich de identiteit van Casa Cadanza.

Nieuwe locaties en doelgroepen

Met Casa Cadanza on tour breidden we ons netwerk in de gemeente verder uit. Nieuwe locaties zoals Landgoed Vidaa, Ontmoet en 't Manneke boden ruimte aan concerten en voorstellingen. Ook de buitenruimte bij het gemeentehuis werd benut voor de openluchtbioscoop. Diverse locaties trekken ook diverse publieken aan. Op deze manier ontstond een eerste beeld van het toekomstige publiek van Casa Cadanza. Een deel van de activiteiten, zoals straattheater en jongerenactiviteiten, was gratis toegankelijk. Voor andere voorstellingen werd een toegangsprijs gevraagd die in lijn ligt met de tarieven na opening. Daarbij maakten we steeds ruimte voor vrijkaarten, om nieuwe bezoekers kennis te laten maken met Casa Cadanza en ons netwerk verder uit te bouwen.

Mijlpalen en zichtbaarheid

Een bijzonder moment was de viering van het hoogste punt op 14 februari, precies een jaar na het slaan van de eerste paal. Om de ontwikkeling van Casa Cadanza zichtbaar te maken werd het Landmark bij de bouwplaats ingezet. Deze roze zuil gaf passanten een inkijk in de voortgang van het cultuurhuis en de activiteiten die eraan verbonden zijn. Tijdens de Open Cultuurdag in september was Casa Cadanza zichtbaar aanwezig met onder andere een filmcontainer, voorleesmomenten en creatieve activiteiten. Deze dag bood een laagdrempelige manier om toekomstige publieken te bereiken en het netwerk met lokale cultuurpartijen verder te versterken.

Met *Casa Cadanza on tour* is in 2025 verder gebouwd aan publieksontwikkeling en naamsbekendheid. Het prepareert ons op de opening in oktober 2026.

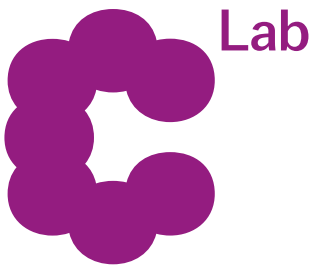
Overzicht "On Tour"-programma

Date	Event name	Tickets	Guest tickes	Total
01-02-2025	Coco kan het!	80	0	80
06-03-2025	Cameretten Festival (finalistentournee)	148	8	156
27-03-2025	Stand-up comedy avond	31	7	38
30-03-2025	Hermannosaurus Rex (incl. workshop gezond snoep maken)	27	42	69
16-05-2025	Openluchtbioscoop: Ome Cor	105	7	112
25-05-2025	Frans lunchconcert	78	10	88
14-06-2025	De Wondertuin	91	0	91
21-06-2025	Oh My Jazz	27	22	49
05-09-2025	A Real Pain	67	2	69
25-09-2025	Stand-up comedy avond	39	4	43
27-09-2025	Ik zou wel een kindje lusten	92	2	94
04-10-2025	Buitenbioscoop: Sing Sing	60	0	60
01-11-2025	Doelab Doewaa!	9	42	51
06-11-2025	MAKE	8	0	8
13-11-2025	Stand-up comedy Marie Koet en Rael Fatehmahomed	38	12	50
16-11-2025	Beatrice zingt Brel	41	17	58
29-11-2025	Hakim's Sintstreken	39	64	103
13-12-2025	Anansi de Spin	95	0	95

3.

JONGEREN EN LOKALE MAKERS

In haar visie en profiel kiest Casa Cadanza er nadrukkelijk voor om niet alleen cultuurconsumptie te bieden, maar ook actieve cultuurparticipatie. Jongeren en lokale makers vormen daarin een belangrijk speerpunt. Onder de sublabels *C-Lab* en het *Meemaakpodium* wordt gebouwd aan een duurzame verbinding met de gemeenschap, waarin ruimte is voor talentontwikkeling, ontmoeting en presentatie.



Jongeren – C-Lab

Het C-Lab is een jongerenprogramma met een eigen profiel en visuele identiteit, speciaal gericht op jongeren. Hier krijgen zij de ruimte om te ontdekken, te experimenteren en actief bij te dragen aan de programmering. Het C-Lab ontwikkelt activiteiten waar jongeren verschillende perspectieven leren kennen en hun eigen verhalen kunnen delen. Ontmoeting, creativiteit en zelfontwikkeling staan centraal, passend bij hun belevingswereld en ontwikkelingsfase. Daarbij gaat het nadrukkelijk niet alleen om podiumkunsten, maar ook om audiovisuele media, design en andere vormen van creatieve expressie.

“Ik vond het heel leuk, goede uitleg en heel mooi geworden.”

Emma,

*Steet art op een spuitbus,
19 juli 2025*



In 2025 is intensief gewerkt aan de ontwikkeling van *C-Lab*, samen met jongeren uit Lansingerland. Uit gesprekken en onderzoek bleek dat een eigen fysieke plek essentieel is om jongeren duurzaam te betrekken. Daarom is op de eerste etage van Casa Cadanza een ruimte gereserveerd, met het idee hier een eigen fysieke plek te laten ontstaan waarin deze publieksgroep zich thuis voelt. In totaal hebben 240 jongeren hun ideeën en wensen gedeeld, onder andere via mindmaps en enquêtes in samenwerking met leerlingen van Melanchton Berkroden en het Technasium in Bergschenhoek. Deze input is vertaald naar een eerste ontwerp, dat in 2025 is gepresenteerd en in 2026 verder wordt uitgewerkt.

Parallel hieraan is gewerkt aan een eigen “smoel” voor het *C-Lab*. Met een herkenbare visuele stijl en een activerende benadering worden jongeren uitgenodigd om mee te denken en hun ideeën tot leven te brengen. Om het *C-Lab* zichtbaar te maken en jongeren te betrekken zijn in 2025 verschillende activiteiten georganiseerd. Zo nam Casa Cadanza deel aan Oostland On Stage, waar jongeren kennismaakten met verschillende beroepen. Tijdens het Urban Sport & Art Event organiseerden we een streetart-workshop, waarbij jongeren creatief aan de slag gingen en input gaven voor toekomstige programmering. Daarnaast is de samenwerking met Jongerenwerk Lansingerland versterkt, wat heeft geleid tot een intentieverklaring voor gezamenlijk gebruik van de ruimte. Hiermee wordt een belangrijke basis gelegd voor een duurzame jongerenprogrammering.

Lokale makers – Meemaakpodium

Onder dit label ontwikkelt Casa Cadanza zich als een plek waar lokale cultuurmakers hun werk kunnen presenteren, hun talenten kunnen ontwikkelen en met elkaar samenwerken. Lokale makers ondersteunen we waar nodig op artistiek en organisatorisch vlak, bijvoorbeeld bij het ontwikkelen van een productie, fondsenwerving of presentatie. Zo bouwen we aan een actieve makersgemeenschap in Lansingerland.

In 2025 zijn heel wat gesprekken gevoerd met toneelverenigingen, koren en orkesten. Daaruit blijkt in eerste instantie een grote behoefte aan het kunnen huren van ruimtes. Het gezamenlijk ontwikkelen van creatieve projecten is voor velen nog nieuw, maar biedt kansen voor de toekomst. Verder zijn er concrete ideeën ontwikkeld voor programmering na de opening. Zo worden muzieksalons voorbereid in het Café Cadanza, waarin publiek en makers elkaar laagdrempelig ontmoeten. Ook wordt gewerkt aan concepten die lokale kunst zichtbaar en toegankelijk maken, zoals een Pakje Kunst®-automaat.

In 2025 zijn de belangrijke speerpunten *C-Lab* en *Meemaakpodium* goed doorontwikkeld. Jongeren en lokale makers zijn belangrijk voor het cultuurhuis, als publiek en als actieve deelnemers en mede-makers. Richting de opening in oktober 2026 wordt deze lijn verder getoetst en geconcretiseerd.



Top! Leuke voorproef van wat jullie van plan zijn in Casa Cadanza

Rolf, Cameretten, 6 maart 2025

4. COMMUNICATIE EN MARKETING

Met marketing en communicatie maakt Casa Cadanza het verhaal van het cultuurhuis zichtbaar: een levendige ontmoetingsplek waar kunst, cultuur, horeca en het sociale domein samenkomen. Een plek waarmee elke bezoeker zich geïnspireerd en verbonden voelt. In 2025 zijn grote stappen gezet in de opbouw van ons merk en de ontwikkeling van strategieën, vormen en beelden waarmee we het publiek verleiden en verbinden.

Bouwen aan het merk

De detaillering en een consistent gebruik van de huisstijl van Casa Cadanza is verder gerealiseerd. De kenmerkende vormgeving en kleuren zijn in alle communicatie-uitingen doorgevoerd, waardoor de herkenbaarheid is vergroot. Tegelijkertijd is gewerkt aan het verfijnen van de positionering, zodat bij de opening in 2026 duidelijk is waar Casa Cadanza voor staat. Een belangrijke vorm is de ontwikkeling van een nieuwe website, waarin gebruiksgemak, uitstraling en functionaliteit samenkomen. Deze toont de merkidentiteit en vormt een belangrijk platform voor kaartverkoop, publieksinformatie en data-analyse.

Voor jongeren is een aparte communicatielijn ontwikkeld onder het label *C-Lab*. Met een eigen visuele identiteit en tone of voice worden jongeren actief benaderd en uitgenodigd om niet alleen te kijken, maar ook zelf te maken en mee te doen. De voortgang van de bouw bleek ook een bron voor nieuwsbrieven en social media posts, die veel bijdroegen aan de bekendheid en het publieksbereik van Casa Cadanza.

Bouwen aan het publiek

Casa Cadanza on tour was in 2025 de grote proeftuin voor de marketing. De communicatie werd per activiteit afgestemd op publieksgroep, locatie en type programma. Voor kindervoorstellingen lag de nadruk op samenwerking met scholen en ouders, terwijl voor jongeren vooral sociale media en contact met middelbare scholen werden ingezet. Voor andere doelgroepen werd gebruikgemaakt van een mix van online en offline middelen, waaronder posters & flyers, lokale media (De Heraut) en nieuwsbrieven.

Inzicht in doelgroepen en publiek

Casa Cadanza maakt gebruik van het culturele doelgroepenmodel om inzicht te krijgen in het publiek in Lansingerland. Uit eerder onderzoek blijkt dat een groot deel van de inwoners actief geïnteresseerd is in cultuur. Binnen deze groep zijn vier publieksgroepen het sterkst vertegenwoordigd: de 'klassieke cultuurliefhebber', de 'proevende buitenwijk', de 'actieve vermaakvanger' en de weelderige cultuurminnaar. Deze doelgroepen vormen een belangrijke basis voor de programmering en marketingstrategie.

lees [hier](#) meer over het culturele doelgroepenmodel.

Het leren kennen van het publiek was in 2025 een centrale motivatie om hier nadere actie op te plegen. Tijdens vrijwel alle activiteiten werd actief de feedback van bezoekers verzameld, onder andere via gesprekken, reactiekaartjes of korte publieksenquêtes. Hiermee wordt inzicht verkregen in wensen, verwachtingen, herkomst van het publiek en hun bezoekgedrag.

De combinatie van publieksfeedback en data uit kaartverkoop en communicatiekanalen geeft een eerste beeld. Dat bevestigt de overwegende aanwezigheid van de vier bovenstaande publiekscategorieën. Wel laten de eerste metingen duidelijke verschillen zien tussen type programmering en publieksbereik. Zo blijkt cabaret relatief veel nieuw en incidenteel publiek aan te trekken, terwijl concerten en films meer terugkerende bezoekers opleveren. De eerste metingen laten ook zien dat bezoekers voornamelijk afkomstig zijn uit Lansingerland zelf, aangevuld met publiek uit de directe regio. Dit bevestigt ons dat we er in slagen om lokaal publiek te bereiken. En er is dus ook potentieel om groter verzorgingsgebied te realiseren. Deze gegevens zijn echter nog beperkt van omvang en daarmee onvoldoende om harde algemene conclusies te trekken.

Casa Cadanza werkt samen met Kunstgebouw, die helpen met het duiden van publieksdata en het verder ontwikkelen van een onderbouwde marketingstrategie. Een beperking van het Culturele Doelgroepenmodel blijft vooralsnog dat jongeren beneden de 18 jaar hier geen onderdeel van uitmaken. Het Kunstgebouw werkt hieraan. Na de opening, wanneer het aantal bezoekers toeneemt, ontstaat een grotere en meer representatieve dataset.

Lees [hier](#) meer over het kunstgebouw.

Zo ontstaat stap voor stap een steeds duidelijker beeld van het toekomstige publiek van Casa Cadanza. Dat helpt om de programmering en communicatie/marketing hier verder op aan te scherpen. En om onszelf doelen te stellen en actie te bedenken om dat wat we nog niet bereiken, ook op te gaan zoeken.

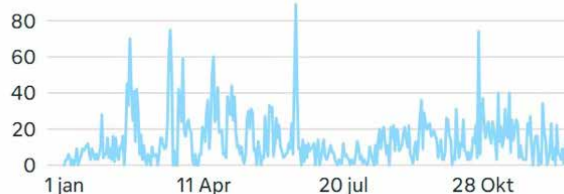
Groei en bereik

De inzet van communicatie en marketing heeft geleid tot een duidelijke groei in bereik. Het aantal nieuwsbriefabonnees en volgers op sociale media is toegenomen en het bereik van Casa Cadanza groeit gestaag. Dat wordt in 2026 uiteraard verder gestimuleerd. Het publieksfundament voor de start van het cultuurhuis wordt gelegd.

In onderstaande tabellen is een overzicht opgenomen van de belangrijkste cijfers op het gebied van communicatie en marketing.

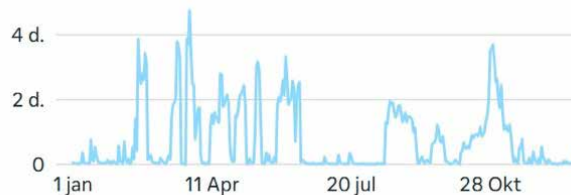
FACEBOOK BEZOEKEN

5 d. ↑ 46,8%



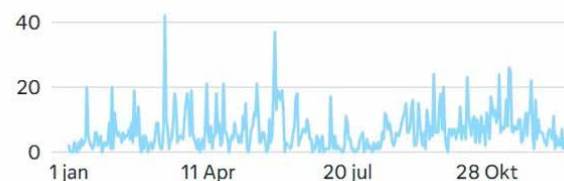
FACEBOOK WEERGAVEN

271,7 d.



INSTAGRAM BEZOEKEN

2,3 d. ↑ 80,7%



INSTAGRAM WEERGAVEN

118,3 d.



5.

VERHUUR EN HORECA

In 2025 is het verhuurbeleid ontwikkeld en vastgesteld. Dit beleid vormt de basis voor het gebruik van het gebouw door externe partijen en zorgt voor heldere kaders om afspraken op te maken. Het levert ook een belangrijke bijdrage aan de opbouw van een gezonde financiële exploitatie.

Het verhuurbeleid kent twee pijlers. Enerzijds richt het zich op culturele partijen, die de functie van Casa Cadanza als cultuurhuis mede invulling geven. Veel programma's die deze partijen binnen brengen krijgen de status van gastprogrammering. Anderzijds is er ruimte voor zakelijke verhuur, waarmee een bredere benutting van het gebouw wordt gerealiseerd. In combinatie versterkt verhuur aldus de laagdrempeligheid van het gebouw en zorgt het voor ontmoeting.

Onderdeel van het vastgestelde beleid is ook de opbouw van verschillende huurtarieven, afgestemd op type gebruiker en gebruik van het gebouw. Hiermee wordt ruimte geboden aan lokale en maatschappelijke initiatieven om tegen gunstige voorwaarden in activiteiten in Casa Cadanza te doen. Daarnaast draagt een marktconforme prijsstelling voor zakelijke gebruikers bij aan een gezonde en houdbare exploitatie.

In gesprekken met verenigingen, culturele instellingen en maatschappelijke organisaties is het verhuuraanbod verder verkend en aangescherpt. Dat heeft ons geholpen bij het concretiseren van beleid, organisatie en tarieven. Bovendien heeft het de concrete belangstelling van deze partijen inzichtelijk gemaakt; een soort marktonderzoek dus. De verwachting is dat in 2026 heel wat concrete overeenkomsten voor culturele en maatschappelijke verhuur zullen worden gerealiseerd. Denk bijvoorbeeld aan het Jongerenwerk in Lansingerland en het Jeugdtheater Hofplein.

Horeca

De horeca krijgt een centrale rol binnen Casa Cadanza als een verbindende schakel tussen de verschillende functies in het gebouw. *Café Cadanza* is volop in ontwikkeling gebracht, als gezellige en toegankelijke plek waar bezoekers elkaar ontmoeten voor, tijdens en na activiteiten, maar ook los van het programma, oftewel om "gewoon binnen te lopen".

In 2025 is hard gewerkt aan het horecaconcept, vanuit de kernwaarden van het cultuurhuis: open, bevlogen, verbindend en creatief. Het wordt een omgeving waarin bezoekers zich welkom voelen en graag verblijven. Het professionele advies en de exploitatie-analyses van Moerkerk Horeca-advies hebben daarbij geholpen. Ook heeft toetsing plaatsgevonden aan de gemeentelijke beleidskaders inzake horeca, beschreven in de nota *Bruisen, Binden, Boeien*. Ook daarin staan ontmoeting, levendigheid en verbinding centraal.

Casa Cadanza geeft hier concreet invulling aan door horeca en programmering met elkaar te verbinden.

Café Cadanza wordt met name een dagzaak. Het serveert straks een uitgebreide koffiekaart met een variatie aan taarten en lekkernijen. Er is een mooie en herkenbare lunchkaart, ook met enkele warme gerechten die zich gemakkelijk laten bereiden. Ook de borrelkaart krijgt veel aandacht, met een breed assortiment aan dranken en borrelbites. Zo voorzien we de bezoekers van de bibliotheek en van de dagactiviteiten, maar ook het winkelende en werkende publiek van een aantrekkelijke horecaservice met bediening aan tafel (of op het dakterras). Er is gekozen om geen dinerfunctie te starten. In de avond fungeert het vooral als buffet om de bezoekers van film- en podiumvoorstellingen van een drankje en hapje te voorzien. De keuken en bar worden hierop ingericht.

Voor het diner zoeken we samenwerkingen met restaurants in de nabije omgeving, waar artiesten en publiek voorafgaand aan de voorstelling kunnen eten. Op die manier verwachten we dat andere locaties kunnen meeprofiteren van de bezoekersstromen die Casa Cadanza op gang brengt.

Voor partijen en verhuringen ontwikkelen we heel gevarieerde horeca-arrangementen. Dat impliceert ook catering, die bij grootschalige evenementen ook in samenwerking met externe partijen zal geschieden.

Het café is alle dagen van de week geopend, vanaf 10 uur.

Er is in 2025 veel studie verricht naar een houdbare exploitatie van de horeca. De oppervlakte is niet heel groot en er wordt wel een bijdrage verwacht aan de gezonde exploitatie van het hele cultuurhuis. In diverse steden hebben we ons georiënteerd op vergelijkbare horeca-exploitaties. Ook hier weer met de begeleiding van Moerkerk Horeca-advies. Het leidde begin december tot het besluit om de horeca-exploitatie niet te verpachten aan derden, maar om het in eigen beheer te gaan ontwikkelen. Wel in een aparte rechtspersoon, zodat de zakelijke exploitatie van de horeca en de subsidie-exploitatie van het cultuurhuis transparant gescheiden zijn. Op basis van dit besluit wordt in 2026 een bedrijfsplan verder uitgewerkt.



De 'tourbus' Casa Cadanzaon tour

5.

ORGANISATIE

In 2025 stond de organisatie van Casa Cadanza in het teken van verdere opbouw richting de opening in oktober 2026. De organisatie groeit stap voor stap mee met de ontwikkeling van het cultuurhuis naar een niveau waarmee Casa Cadanza vanaf september 2026 volledig in bedrijf is.

Teamopbouw

In 2025 zijn voor centrale functies vaste medewerkers aangekomen, waaronder een hoofd techniek en gebouwbeheer, een programmamaker en een marketeer. Deze functies worden na opening voortgezet en spelen nu al een belangrijke rol in de voorbereiding.

Het hoofd techniek en gebouwbeheer is sinds september sterk betrokken bij de afbouw van het pand en de keuzes voor alle technische installaties. De marketeer bouwt in deze fase actief aan het publiek en onderhoudt contacten met lokale media. De programmamaker (combinatiefunctionaris) heeft zich in 2025 met name gericht op het bereiken van jongeren, het ontwikkelen van C-Lab en een deel van de “On Tour”-programmering.

Voor andere werkzaamheden, zoals de productionele begeleiding van *Casa Cadanza on tour*, wordt in deze fase gewerkt met freelancers. Deze flexibele inzet past bij de omvang van de activiteiten in de aanloop naar de opening.

Ook de ontwikkeling van marketingstrategieën, huisstijl, website en bewegwijzering is in 2025 gebeurd onder sterke impuls van een freelancer. Nicole Bettonviel is al vanaf het begin betrokken bij de ontwikkeling van Casa Cadanza en heeft



Het team van Casa Cadanza

veel opgezet. Dit werkte ook door in het opzetten van goede werkprocessen om dit werk te kunnen organiseren, in relatie tot de hieronder vermelde professionalisering en HR.

Richting de opening zal het team in 2026 verder uitbreiden. Het hoofd techniek en gebouwbeheer bouwt zijn team uit met een tweede technicus en een poule van technische freelancers die op afroep beschikbaar zijn. Daarmee ontstaat een team dat in staat is om voorstellingen en verhuuractiviteiten volledig te faciliteren. Ook binnen de programmering verschuift de focus: naast jongeren komt er in 2026 meer aandacht voor lokale makers.

Werkwijze en ondersteuning

Met de groei van de organisatie groeide ook de behoefte aan een goede administratieve en financiële inrichting. De salarisadministratie en financiële administratie zijn ondergebracht bij AXP, een bureau met ervaring in de non-profitsector. AXP verzorgt tevens de samenstelling van de jaarrekening. Voor de controle van de jaarrekening is BerghoutMas betrokken, een accountantskantoor dat gespecialiseerd is in culturele instellingen. Hiermee is de financiële organisatie professioneel ingericht en geborgd.

Professionalisering en HR

In 2025 is gewerkt aan het verder professionaliseren van de organisatie. Daarbij is onder meer ingezet op het ontwikkelen van HR-beleid en het zorgvuldig inrichten van functies en verantwoordelijkheden. Diverse protocollen en procesbeschrijvingen zijn opgesteld. Hierbij werd gebruikgemaakt van externe HR-adviseurs.

Daarnaast is een vertrouwenspersoon verbonden aan de organisatie, die onafhankelijk opereert. Dit draagt bij aan een veilige werkomgeving voor medewerkers en betrokkenen.

Ook is in 2025 vrijwilligersbeleid ontwikkeld. Hoe zetten we ze in en hoe begeleiden we ze? Dat de ontwikkeling van het cultuurhuis veel inwoners aanspreekt, blijkt uit het feit dat zich inmiddels 40 vrijwilligers hebben aangemeld. Een deel van hen wordt al ingezet bij activiteiten, maar de omvang van het huidige aanbod is nog niet groot genoeg om hen allemaal structureel te betrekken. Richting de opening zal de inzet van vrijwilligers verder worden uitgebreid.

De groei van de organisatie vraagt om verdere ontwikkeling van het team. Tegelijkertijd laat de huidige fase zien dat de organisatie in staat is om activiteiten te realiseren en zich stap voor stap voor te bereiden op een grotere schaal.

ANBI-status

Casa Cadanza beschikt sinds eind 2024 over een ANBI-status. Dit onderstreept het maatschappelijke karakter van de organisatie en maakt het voor donateurs aantrekkelijker om bij te dragen.

7. SAMENWERKINGEN

Casa Cadanza heeft een breed netwerk opgebouwd van culturele en maatschappelijke partners¹. In de voorafgaande jaren zijn al tientallen samenwerkingen gestart, waarop in 2025 verder is voortgebouwd. Deze ontwikkeling geeft vertrouwen voor de toekomst. Samenwerking vervult daarbij verschillende doelen: het gezamenlijk ontwikkelen van programma, het benutten van locaties en het vergroten van bereik en bekendheid. Door samen te werken met partners worden verschillende doelgroepen bereikt en ontstaat een breder draagvlak voor Casa Cadanza.

In 2025 is dit zichtbaar geworden in de activiteiten van *Casa Cadanza on tour*. Zo stelde Atelier De Hichte zijn locatie beschikbaar en werd samengewerkt met onder andere 't Manneke en Rehoboth. Nieuwe locaties werden toegevoegd, zoals Landgoed Vidaa in Bleiswijk en Ontmoet in Bergschenhoek. Deze samenwerkingen waren essentieel om het programma mogelijk te maken en hebben bijgedragen aan de zichtbaarheid van Casa Cadanza.

1. In bijlage 2 staat een overzicht van partijen waarmee in 2025 is gesproken en doorgewerkt.

Ook inhoudelijk zijn samenwerkingen aangegaan. Met Cultuur aan het Lint is samengewerkt aan programmering, waarbij lokale musici een podium kregen. Daarnaast is het netwerk uitgebreid met organisaties die actief zijn op het gebied van jongeren, waaronder Kite, Jeugdtheater Hofplein en Jongerenwerk Lansingerland. Met deze partijen zijn afspraken gemaakt over samenwerking straks in de reguliere werking van Casa Cadanza.

De welwillendheid en de resultaten waarmee de samenwerkingen zijn gezocht geven alle vertrouwen voor de toekomst. Richting de opening in 2026 worden deze relaties verder verdiept en in overeenkomsten vastgelegd. Het verankert het cultuurhuis steviger in de gemeenschap van Lansingerland.

Samenwerking Bibliotheek Oostland

Casa Cadanza en Bibliotheek Oostland gaan samen het gebouw bewonen en bezielen zo het cultuurhuis. In 2025 is deze samenwerking verder geconcretiseerd in een samenwerkingsovereenkomst. Onder begeleiding van een externe voorzitter zijn in verschillende sessies afspraken gemaakt over de gezamenlijke programmering, communicatie en marketing, de verdeling en het gebruik van ruimtes en de afstemming in de bedrijfsvoering. Daarmee is vastgelegd hoe beide organisaties elkaar versterken en hoe het gebouw in samenhang wordt benut. Na definitieve vaststelling worden deze afspraken door beide organisaties ondertekend.

*“Inspirerend,
even van het
hedendaagse weg.
Heerlijk,
bedankt.”*

Mark, *Oh My Jazz*, 21 juni 2025





CULTURELE CODES

Casa Cadanza werkt vanuit de overtuiging dat een cultuurhuis niet alleen zichtbaar is in wat het programmeert, maar ook in hoe het georganiseerd is en samenwerkt. De culturele codes vormen daarvoor een belangrijk kader. Ze geven richting aan goed bestuur, eerlijke samenwerking en een inclusieve werkwijze. In 2025 zijn deze codes verder verankerd in de organisatie, passend bij de fase van opbouw richting de opening in 2026.

Gouvernance Code Cultuur

Casa Cadanza wil een eerlijke, diverse en transparant opererende organisatie zijn. De stichting onderschrijft de relevante gedragscodes en heeft de Gouvernance Code Cultuur, de Fair Practice Code en de Code Diversiteit en Inclusie geïntegreerd in de bedrijfsvoering. Waar mogelijk wordt de Gouvernance Code Cultuur toegepast. Gezien de huidige omvang van de organisatie gebeurt dit gefaseerd. Met de verdere groei van de organisatie wordt het beleid op het gebied van risicobeheersing en interne controle verder uitgewerkt. In 2024 is een bestuurs- en directiereglement opgesteld, waarin de rolverdeling is vastgelegd. Het bestuur draagt de eindverantwoordelijkheid voor het functioneren, maar houdt niettemin duidelijk afstand van de dagelijkse praktijk en organisatie. Tegelijkertijd is er, gezien de fase van opbouw en het belang van de realisatie van het gebouw, sprake van sterke betrokkenheid op specifieke onderdelen. Zo neemt de voorzitter samen met de directeur deel aan het gebruikersoverleg onder leiding van de gemeente. De penningmeester is betrokken bij de opstelling van de jaarbegroting en jaarrekening en de secretaris sluit, gezien de omvang van het team, regelmatig aan bij sollicitatiegesprekken. Het bestuur heeft in december 2025 een zelfevaluatie uitgevoerd. Daaruit zijn o.a. verbeterpunten voortgekomen in de voorbereiding en structurering van de vergaderingen.

Code Diversiteit en Inclusie

Diversiteit en inclusie zijn naar onze overtuiging essentieel voor een gastvrije en creatieve omgeving. We richten ons op een divers publiek, en dat heeft direct gevolgen voor het personeels- en vrijwilligersbeleid, de programmering en de keuze van onze samenwerkingspartners.

Nieuwe bestuursleden en medewerkers werven we transparant en openbaar via verschillende on- en offlinekanalen. De vacatureteksten formuleren we inclusief en uitnodigend. Kandidaten van alle leeftijden, achtergronden en genderidentiteiten worden actief aangemoedigd om te solliciteren. Gezien de huidige samenstelling van het team richten we ons daarbij expliciet ook op kandidaten die zich identificeren als genderdivers en/of een bi-culturele achtergrond hebben.

In de praktijk blijkt dat deze ambities verschillend uitpakken per onderdeel van de organisatie. Voor het bestuur lukt het goed om hier actief op te sturen. Tegelijkertijd heeft een recente wervingsronde voor een jong bestuurslid (onder 35 jaar) niet tot het gewenste resultaat geleid. Deze vacature wordt daarom opnieuw uitgezet.

Voor het team blijkt het realiseren van deze ambities complexer. In een groeiende organisatie spelen capaciteit en timing een rol bij het invullen van functies. Dit vraagt om een gerichte aanpak in de komende periode, waarbij wordt onderzocht welke strategieën het beste bijdragen aan een meer diverse samenstelling van het team.

In de programmering is ingezet op spreiding in leeftijd en achtergrond van zowel publiek als makers. Zo zijn bij de stand-up comedyavonden bewust artiesten met verschillende achtergronden geprogrammeerd. In de aanloopfase zijn we daarbij nog afhankelijk van beschikbare locaties, maar met de opening van Casa Cadanza nemen de mogelijkheden toe en ontstaat meer ruimte om hier actief op te sturen.

Fair Practice Code

Casa Cadanza onderschrijft de Fair Practice Code en past deze toe in de organisatie en de samenwerking met partners.

Fair pay is het uitgangspunt. Alle medewerkers worden betaald conform de CAO Nederlandse Podia. Ook voor de beloning van zzp'ers is de CAO de richtlijn. Om een passend uurtarief vast te stellen, wordt gebruikgemaakt van een door de sector ontwikkelde rekenmodule. In de aanloopfase richting de opening wordt gewerkt met zzp'ers met wie modelovereenkomsten zijn afgesloten conform de wet DBA.

Fair share betekent dat alle betrokken partijen – van maker tot producent en van programmeur tot publiek – een eerlijke verdeling van opbrengsten en verantwoordelijkheden krijgen. Casa Cadanza zet zich hiervoor in door artiesten en leveranciers een eerlijke vergoeding te bieden.

Fair chain richt zich op het opbouwen van duurzame en transparante relaties binnen de keten van productie, distributie en presentatie. Casa Cadanza werkt toe naar een netwerk van makers en partners met wie langdurige samenwerkingen worden opgebouwd. Dit geldt zowel voor landelijke artiesten als voor lokale makers die regelmatig een plek krijgen binnen de programmering.

BIJLAGE 1.

Bestuur

Het bestuur bestond op 31 december 2025 uit:

Voorzitter: Geert ter Steeg,

aangesteld per 21 februari 2023.

Penningmeester: Jeroen Kunstman,

aangesteld per 18 oktober 2023.

Secretaris: Sam Uittenbogaart,

aangesteld per 18 oktober 2023.

Algemeen bestuurslid: Angélique de Vogel,

aangesteld per 1 augustus 2024.

Hiermee heeft het bestuur twee bestuursleden die in Lansingerland wonen – goed voor de inbedding in de lokale gemeenschap. In 2025 is het bestuur op zoek gegaan naar een vijfde bestuurslid. Gezien de samenstelling van het bestuur werd gezocht naar een dertiger met kennis van of ervaring in een beleidsmatige/ politieke context. Maar dit heeft helaas geen goede kandidaat opgeleverd.

Het bestuur is in 2025 8 keer bijeengekomen fysiek en online. Het Bestuurs- en directiereglement is gevolgd. Het bestuur krijgt een bescheiden onkostenvergoeding voor de werkzaamheden. Alle bestuursleden zijn verplicht hun functie en nevenfuncties binnen het bestuur te melden (zie bijlage 4). In 2025 hebben zich geen zaken van tegenstrijdig belang voorgedaan.

Het rooster van aftreding is als volgt:

Geert ter Steeg – voorzitter - voorjaar 2027

Jeroen Kunstman – penningmeester – najaar 2027

Samantha Uittenbogaart – secretaris – najaar 2027

Angélique de Vogel – algemeen lid – zomer 2028

Alle bestuursleden komen nog een keer voor herbenoeming in aanmerking.

Profielen en werkzaamheden bestuur en organisatie

Geert ter Steeg is directeur/eigenaar van TSKC BV, Advies, management en projectontwikkeling in kunst en cultuur. Hij opereert vanuit deze BV.

- DGA Cinema The Movies Dordrecht BV (handelsnaam Filmtheater De Witt Dordrecht).
- Directeur/eigenaar MoHoDo BV, de horeca-BV van het filmtheater.
- Zakelijk leider/producent Stg Moois Media, AV-producent in kunst, cultuur en architectuur.

Nevenfuncties:

- Stichting ABAN – penningmeester.
- Beheerorganisatie voor het werk van keramist en beeldend kunstenaar Boris van Berkum.
- Stichting Cool Clay Collective – penningmeester.

- Beheerorganisatie van een keramistencollectief in Rotterdam.
- algemeen bestuurslid Jeugdfonds Sport & Cultuur Rotterdam (sinds 1 oktober 2025)

Jeroen Kunstman heeft jarenlange ervaring in de sector cultuureducatie. Hij was onder andere directeur-bestuurder van een aantal culturele instellingen. Op dit moment vervult hij op freelance basis opdrachten. Zo is hij coördinator theater bij de VAK in Delft en zakelijk leider van Huis van Vervoering in Den Haag, en zakelijk en muzikaal leider bij Het Weeshuis theater in Dordrecht.

Nevenfuncties:

- Bestuurslid Stichting Tiger Friends – Rotterdam
- Eigenaar zzp eenmansbedrijf Jeroen Kunstman – Rotterdam

Sam Uittenbogaart is Co-founder/directeur van Stichting House of Knowledge. House of Knowledge richt zich op het versterken van de positie van jonge artiesten in de podiumkunsten. Dit doen ze door het produceren van programma's, evenementen en op maat gemaakte trajecten gedurende het hele jaar, waaronder jamsessies, masterclasses, peer-to-peer coaching, uitwisselingen, live sessies en nog veel meer. Daarnaast is Sam adviseur, projectleider/producer, programmeur en presentatrice/moderator met expertise in de podiumkunsten (muziek), grootstedelijke jongerencultuur, Urban Arts en inclusie, met speciale focus op Azië.

Nevenfuncties:

- Bestuurslid vakgroep Kunsteducatie bij de Kunstenbond

Angélique de Vogel is directeur/bestuurder van Astralift.

Astralift zorgt voor veilige, betrouwbare en duurzame mobiliteitsoplossingen die bijdragen aan het woongenot en de toegankelijkheid in de maatschappij, met liften die merkonafhankelijk zijn zodat de klant volledige vrijheid heeft in eigen keuzes. Daarnaast is Angélique medeoprichter/ partner van Vertrouwenspersoon MKB, een landelijk netwerk van onafhankelijke en professionele vertrouwenspersonen om organisaties te ondersteunen bij een veilige en integere werkomgeving.

Nevenfuncties:

- Keynote spreker Identiteit, Bicultureel, Diversiteit
- Auteur 'Ontworteld, plotseling ben ik kind uit 2 culturen'
- Mentor van Women Visibility
- Lid RVT Fiom, landelijke expertise centrum voor afstammingsvraagstukken.

Organisatie

Directeur **Corinne van Lelieveld** startte op 1 augustus 2023 voor 28 uur per week. Per 1 september 2024 is haar dienstverband omgezet naar 36 uur per week.

Nevenfuncties:

- Stichting Cecilia Moisio – penningmeester.
- Stichting De Jonge Honden – penningmeester.
- Commissie Productie Podiumkunsten Dordrecht – lid.

BIJLAGE 2.

Brand DNA

CASA CADANZA

Brand DNA - versie 2.1 mei 2025

Missie

Wij programmeren professionele en semi-professionele voorstellingen, films en randprogrammering in een gastvrije omgeving. Hiermee raken, inspireren en amuseren we ons publiek en maken we kunst en cultuur toegankelijk voor iedereen. We bieden daarnaast ruimte aan lokaal initiatief en cultuurbeoefening in de vrije tijd als waardevolle aanvulling op ons programma.

Visie

Wij geloven dat het beleven en beoefenen van kunst en cultuur verrijkend, inspirerend en amuserend is. Het brengt mensen samen en geeft het leven betekenis.

Merkbelofte

Cultuurhuis Casa Cadanza, gelegen in het hart van Berkel Centrum West, wordt de culturele hotspot van Lansingerland. Het is een levendige ontmoetingsplek waar kunst, cultuur, horeca en het sociale domein samenkomen. Met een bibliotheek, theater, filmhuis, educatie, stadscafé en een ontmoetingsruimte biedt Casa Cadanza een plek waarin elke bezoeker zich geïnspireerd en verbonden mee voelt. Het is meer dan een plek—het is de motor achter creativiteit en samenwerking.

Merkessentie

‘Huis vol beweging’

Doelgroep

primair ——— Cultuurliefhebbers

secundair ——— Ouders met kinderen
Jongeren en lokale makers

tertiair ——— Bibliotheekbezoekers

kernwaarden

aspiratie waarden

VERBINDEND

gezamenlijk - toegankelijk - inclusief

basis waarden

BEVLOGEN

dynamisch - enthousiast - leergierig

OPEN

uitnodigend - ruimdenkend - maakbaar

anker waarden

CREATIEF

artistiek - prikkelend - inspirerend

golden circle

WHY

Kunst en cultuur verrijken je leven en verbinden mensen, ongeacht leeftijd, achtergrond of financiële situatie.

HOW

Door in het centrum van Berkel een plek te creëren waar cultuur gevierd wordt en iedereen zich thuis voelt

WHAT

Een aansprekend, divers theater- en filmaanbod in een uitnodigende en gastvrije setting

BIJLAGE 3.

Overzicht Samenwerkingspartners

Een overzicht van de organisaties waarmee Casa Cadanza in 2025 contact heeft gehad.

Artiesten, kunstenaars en amateurverenigingen

Berkelse Toneelvereniging
Martha Bos (zangeres)
Helicon
Lansing Jazz Combo
Natural Blend (vier zangers)
Hiwot (zangeres)
Thijmen Tempelaars (cellist)
Dick de Graaf (saxofonist)
DJ Faisal
QuaDraad (band)
Concordia (muziekvereniging)
Quirine Scheffers (violiste)
Ruud Egas (kunsttour Lansingerland)
Gemeentedichter (Wous Ploem en vervolgens Lianne Kemink)

Locaties

Cultuurfabriek
Cultuur aan het Lint
Landgoed Vidaa
Kas Bleiswijk
Zwembad De Windas
't Manneke
Zalencentrum Rehoboth
Het Polderhuis
Atelier de Hichte
Theater 't Web
Personal Vision

Overige (culturele) organisaties en partners

Bibliotheek Oostland, waaronder de Cultuurtrein
Jay's place
Het Muziekpand
Cultuurcoach
Opperdepop
Jeugdtheaterschool
Cultuurproeverij

Media

RTV Lansingerland
De Heraut
Telstar Media
Natalia Jansen (fotograaf)

Overige partners

Winkeliersvereniging
Ondernemend Lansingerland
Wijkmanager
Lansingerland Beweegt
Horti Science
Mullers/ Nonna's (Rober Willemse)
Diverse winkeliers
Drukkerij De Potter
Basisscholen, waaronder Prins Johan Friso en De Wereld
Melanchton, afdeling Berkroden
De Kookmeiden
JVZ
PWA