



deMess 2026 - 2031

Verbinden, verbreden en verdiepen

Vooruitblik

deMess: hét podium voor heel het Gooi. Een inspirerende, prikkelende, veelzijdige en gastvrije ontmoetingsplek voor alle inwoners. De voormalige kantine (mess) uit 1880 verrast met inspirerende ervaringen. Van theater tot muziek, van cabaret tot politieke debatten, van frequent wisselende tentoonstellingen tot voorleesmiddagen voor kinderen, van een schaakcursus tot een jeu de boules baan. deMess is een broedplaats – er is altijd iets te beleven. Met veel liefde voor jong talent.

Onder het dak wordt nauw samengewerkt met alle mogelijke maatschappelijke en culturele organisaties binnen het Gooi. En waar mogelijk met vergelijkbare instellingen buiten deze regio. deMess verbindt mensen, organisaties, initiatieven en activiteiten, creëert synergie. Wat mogelijk wordt gemaakt door de krachtige groep vrijwilligers met een ongekend brede achtergrond, elk met een eigen netwerk, elk met eigen ideeën voor wat er (nog meer) mogelijk is.

Het nieuwe logo verbeeldt dat: een dak boven een plek waar het goed toeven is, waar men elkaar ontmoet, ervaringen en kennis kan opdoen, waar men kan (be)denken en waar men kan delen. Een plek om te zijn.

Deze notitie poogt richting te geven aan de invulling voor de komende vijf jaar. Daartoe is onder andere gesproken met een aantal interne en externe stakeholders. In de tekst wordt antwoord gegeven op de bekende vijf W's (Wie, Wat, Waar, Wanneer en Waarom, plus de Hoe vraag).

Volgende fase in haar bestaan

deMess krijgt begin 2026 een nieuw beeldmerk en een nieuwe huisstijl. Dit markeert de volgende periode in haar bestaan.

Zoals ongetwijfeld bekend werden in de zomer van 2025 de eerste zeven jaar na de oprichting rumoerig afgerond, maar zo kan dat gaan in een organisatie van pioniers en wegbereiders. En vaak bieden veranderingen dan onverwacht weer nieuwe kansen! Na de *growing pains* nu tijd voor de volgende fase, van bestendiging van wat is bereikt en vooral: van vernieuwen, want het gaat deMess eens te meer om *verbinden, verbreden en verdiepen*.

Najaar 2025, de tijd van schrijven, is het ontmoeten en het met elkaar verbonden raken, tot een van de grootste maatschappelijke opgaven uitgroeit. Koning Willem Alexander zei in zijn Troonrede op 16 september 2025: 'Helaas lijken in Nederland mensen steeds vaker tegenover elkaar te staan, op straat, online, op universiteiten en niet in de laatste plaats ook in Den Haag. Met uitgesproken opvattingen, voor of tegen, zwart of wit. Alsof het gelijk van de één automatisch het ongelijk inhoudt van de ander, terwijl de maatschappelijke werkelijkheid bijna altijd oneindig veel complexer is dan dat. [...] Debat en verschil van inzicht horen bij een levende democratie. Maar wat er ook bij hoort, is de bereidheid elkaar over die verschillen heen op een volwassen manier de hand te reiken.'

Dat is één opgave. Een welhaast nog grotere opgave is de bestrijding van eenzaamheid. Bijna de helft van de Noord-Hollanders (46,8 procent) boven de 18 jaar geeft aan eenzaam te zijn, blijkt uit de recentste

cijfers van de Gezondheidsmonitor Volwassenen en Ouderen. Dat is zelfs hoger dan het landelijke gemiddelde. Bijna één op de zeven mensen voelt zich zelfs sterk eenzaam.

Een daarmee samenhangende grote zorg is de afname van de fysieke mogelijkheid elkaar te ontmoeten. Om commerciële redenen verdwijnt de buurtwinkel en zo de kans om tussen de keuze voor een krop sla en het afrekenen ervan even contact te hebben met een plaatsgenoot. Uit bezuinigingen moeten tal van maatschappelijke en culturele vestigingen hun poorten sluiten. Theaters, debatcentra, buurthuizen – de lijst is benauwend. Datzelfde lot treft veel van hun bespelers en programmeurs. Het aanbod van publieke ruimten waar ‘cultuur kan worden gesnoven’, waar kan worden gedebatteerd, waar genoten kan worden van voordrachten, is ernstig verschaald.

Actueler en noodzakelijker dan ooit

Het zijn maatschappelijke ontwikkelingen die de doelstelling van deMess – ‘verbinden door te verrassen’ – actueler en noodzakelijker dan ooit maken. ‘Inspirerend, prikkelend, veelzijdig, alert, open en gastvrij’, zo formuleerden in 2017 de initiatiefnemers de missie. Voeg aan het ‘verbinden’ ‘verbreden’ en ‘verdiepen’ toe en de opgave waarvoor De Mess zich de komende jaren stelt is helder en scherp verwoord.

Missie

In een missie wordt het bestaansrecht van een organisatie beschreven vanuit de waarden en identiteit. De vraag die onder dit verhaal ligt is: waar staan we voor?

deMess is een ontmoetingsplek. Ze wil mensen samenbrengen door hen een gevarieerd, breed en verdiepend cultureel en maatschappelijk bewogen programma aan te bieden. Zonder drempels, want open voor iedereen die leeft of werkt in het Gooi.

Visie

De vraag die onder het begrip visie ligt is: waar gaan we voor? Wat is de toekomstdroom van de organisatie is en welke bijdrage wil de organisatie aan de maatschappij leveren. De missie krijgt in een visie concrete handen en voeten.

deMess biedt een podium voor optredens, workshops, repetities, lezingen, debatten en tal van andere activiteiten. Het is een broedplaats voor jong talent, voor originaliteit en creativiteit. Daartoe is deMess niet alleen faciliterend, maar ook initiërend; het Productiehuis deMess ontwikkelt en organiseert eigen producties. En het is een buurthuis voor lokale activiteiten, exposities, lees-, schak- en andere clubs. Extra aandacht geeft deMess aan de jeugd, in nauwe samenwerking met scholen, opleidingscentra en jongerenorganisaties.

Voor wie is De Mess?

deMess is er voor iedereen in het Gooi, en voor wie wil ook buiten het Gooi. Van jong tot oud, voor allochtoon tot autochtoon – kortom, voor elk denkbare doelgroep. Zij zijn niet alleen te gast, maar bovenal worden zij uitgedaagd bij te dragen aan de programmering. Want het podium is een plek voor elke toneelvereniging, elk zangkoor, voor musici, voor gevestigde artiesten en aanstormende talenten, voor sprekers en debaters. En de zaal voor hen die open staan voor dit aanbod, die zich willen laten verrassen, of die op zoek zijn naar verdieping. Die zich willen laten verleiden om hiermee kennis te maken, en tegelijk ook anderen te ontmoeten en – wie weet – zich met hen te verbinden.

Dat dit nu vooral 60-plussers zijn – het witte haar in de zaal wordt in alle gesprekken met stakeholders genoemd – is een gegeven. Maar iedereen ziet kansen de groep te verbreden; de 40-plussers en met hen ook de (jonge) kinderen als eerste.

Strategie: ruim en veelzijdig

Het bestaande aanbod is ruim en veelzijdig. Het varieert van theater, cabaret, klassieke muziek en jazzoptredens tot debatten, lezingen, boekpresentaties en kinderactiviteiten. Dit programma, samengesteld door een groot aantal vrijwilligers met veel kennis en contacten, biedt de mogelijkheid tot verbreding, verdieping en (onderlinge) verbinding.

Wat dit laatste betreft zijn er allereerst veel kansen op synergie tussen de verschillende programmaonderdelen. Muzikale optredens bijvoorbeeld zijn te combineren met lezingen, met kinderen en met wat al niet meer. Rond een muziekinstrument als de viool – zomaar een idee van een de interne

stakeholders waarmee is gesproken – is een veelzijdig programma op te tuigen, voor een heel brede doelgroep.

Daarnaast kan voor de programmering nauwer worden samengewerkt met maatschappelijke en culturele partners binnen (en zelfs buiten) het Gooi. Er zijn nu al talloos veel contacten met organisaties en bedrijven als Comenius Museum, de Grote Kerk, Het Huis voor de Stad, met de bibliotheken in het Gooi, met boekhandel Los, met de Spiegelkerk en de Koningskamer, met het Haarlemse theater De Liefde, met de Keep An Eye Foundation, Singer, 't Spant! et cetera, et cetera. Het Productiehuis van deMess (zie verderop) is hiervoor in het leven geroepen.

Die nog veel verder uit te breiden contacten, bijvoorbeeld met het NH Toneel, maken verdieping van het aanbod, en verbreding niet alleen mogelijk, maar ook door iedereen gewenst. 'Van enige afstemming in het maatschappelijke en culturele aanbod binnen het Gooi is amper sprake', aldus een van de geïnterviewde externe stakeholders. 'En het is zo nodig en biedt zoveel kansen', voegde ze er gelijk aan toe.

Natuurlijk brengt dat extra taken mee voor de vrijwilligers van deMess. Bijvoorbeeld meer intern overleg tussen de programmeurs. En meer gesprekken met externen. Maar de opbrengsten hiervan bieden zoveel perspectief, dat dit meer dan de moeite waard zal blijken.

Waarmee bereikt deMess dit?

Voor de programmering bestaan grosso modo vijf 'bronnen':

1. De ideeën van de vrijwilligers. Zij halen hun inspiratie uit hun culturele en maatschappelijke achtergrond en hun bijpassende netwerk. De variatie is enorm: van een optreden van een koor, via een concert van een jazzformatie tot een cabaretvoorstelling.
2. Het aanbod vanuit 'de markt'. deMess krijgt een groot aantal aanbiedingen en verzoeken tot optredens en try-outs. De opgave voor de programmeurs van deMess is te komen tot een zo gevarieerd mogelijke keuze hieruit.
3. Actuele thema's, denk aan de Kinderboekenweek, de Nationale KinderTheaterWeek, de Maand van de Geschiedenis, de Maand van de Filosofie, de Kookboekenweek enzovoort.
4. Afstemming met culturele en maatschappelijke partners. Een tentoonstelling in bijvoorbeeld het Comenius Museum kan worden gecombineerd met een lezing of filmvoorstelling in De Mess. Beide organisaties bieden daarvoor combitickets aan. Denk aan optredens bij Bij Andreas, aan exposities van jonge kunstenaars bij Galerie Poeleuff – er is zoveel mogelijk.
5. Eigen producties, binnen of buiten deMess te verzorgen. Er zijn genoeg partners binnen het Gooi die locaties en faciliteiten kunnen (en willen) aanbieden voor zelfstandige producties van het Productiehuis deMess*.

*** Het Productiehuis** is een nieuwe loot aan de stam. Ontstaan is 2024 als aanjager voor het toen bedachte theaterevenement in 2026. Het Productiehuis zou daarvoor subsidies aanvragen, sponsors benaderen en – eerst en vooral – het programma realiseren. Ontwikkelingen binnen deMess, maar ook voortschrijdend inzicht over het voorgenomen programma zelf, hebben ertoe geleid dat de ambities een andere wending namen, en zich nu richten op het organiseren van een muzikaal festival in 2026. Dit ter gelegenheid van de viering van tien jaar Gooise Meren. Een en ander in nauwe samenwerking met de gemeente en met een zo breed mogelijk muzikaal programma, gebracht op bijzondere locaties binnen de gemeente, waarbij altijd de vertellende kracht centraal staat: de muziek draagt een verhaal; over de uitvoerder, over de plek of over de herkomst van de muziek. Dit voorgenomen programma kan een van de initiatieven zijn die het Productiehuis namens deMess gaat ontwikkelen.

6. Het Productiehuis kan ook de verantwoordelijkheid op zich nemen voor een zesde 'bron' voor de programmering: creëren van eigen thema's. Hieronder komt een voorbeeld.

Hoe doet deMess dat?

deMess is in verschillende taakgroepen georganiseerd, alle ingevuld door vrijwilligers. Zij zijn verantwoordelijk voor de programmering en voor de zogenoemde 'lokale' activiteiten, waaronder

Messcafé, de Koren, Lezingen en de Exposities. Niet onvermeld, want belangrijk als inkomstenbron, is de Verhuur van de ruimte aan organisaties als Lions en de Soroptimisten.

De vrijwilligers verdienen meer structureel aandacht. Een welkomstpakket voor nieuwe vrijwilligers (met de gedragsregels, een naambadge, een overzicht van alle medewerkers, draaiboekoverzicht, werkinstructies etc.), een gezamenlijke app, een gezellige middag aan het begin en aan het einde van het seizoen, en een professionele begeleiding.

De programmeringsgroepen bereiden elk een specifiek deel van het jaarprogramma voor. Mess Boek, Mess Jazz, Mess Klassiek, Mess Jeugd enzovoort. Voor de realisatie is een groot aantal werkgroepen beschikbaar, variërend van 'Techniek', via 'Bar' en 'Relatiemanagement' tot 'Financiën' en 'Publiciteit'. Tot slot is er het Bestuur, op afstand. Klein in omvang, wat de slagvaardigheid vergroot.

Anders dan in de eerste jaren van haar bestaan, gaan met name de programmeringsgroepen meer onderling overleggen. Er is veel synergie mogelijk tussen de diverse programmaonderdelen. Zeker wanneer (meer) gebruik wordt gemaakt van thema's, waarvan hierboven enkele als voorbeeld zijn genoemd. Salon Satie is een mooi initiatief in deze richting.

En er is meer mogelijk. Neem een thema als 'geluid'. De theaterzaal is een uitstekende geluidstudio waarin aangehaakt kan worden bij onder andere de podcast Ways of Hearing van De Correspondent, dat leert over de rol van geluid in het dagelijks leven. 'Dat onze stemmen door de telefoon vervormd worden, dat getoeter van taxi's niet alleen ruis maar ook inspiratie kan zijn, en alle manieren waarop geluid analoog anders klinkt dan digitaal.' En denk aan de serie van Willem Wever, waarin wordt uitgelegd hoe geluid ontstaat en hoe we horen. 'Geluid' is een thema voor jong en oud, voor actie en voor luisteren. Voor maken en voor genieten. Een idee voor het Productiehuis?

Hier, en ook op andere vlakken, ligt nog een groot aantal kansen om het gebouw beter te benutten – te vaak staat het gebouw leeg. Een broedplaats, met workshops voor artiesten, repetitieruimte voor muziekscholen, oefenruimte voor beginnende pop- en jazzbands, samenwerking met het Haags Conservatorium, met het Prinses Christina Concours, met de muziekschool Luc van Gessel, het Leertraject van de Strijkkwartet Biënnale – en niet bedoeld als laatste suggestie: laat deMess niet alleen een broedplaats, maar ook een 'Denkplaats' zijn!

Marketing en communicatie

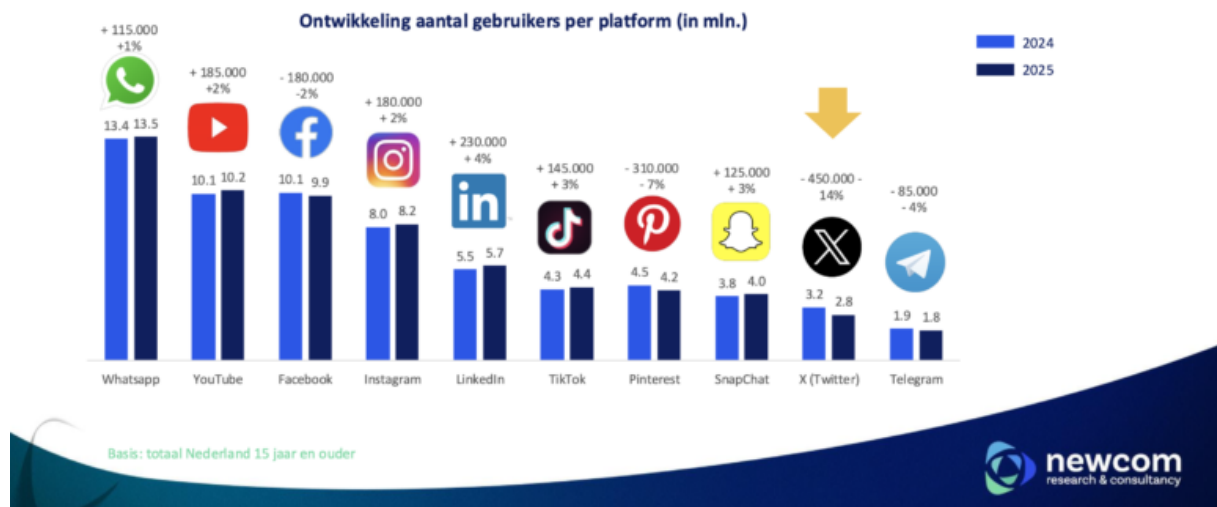
Er is nog een Gooi te veroveren. De Mess is nu eerst en vooral zichtbaar in Naarden-Vesting, daarbuiten is het een beetje van 'horen zeggen'. Ook deMess ontkomt niet aan een meer digitale vorm van marketing en communicatie. Niet dat de gedrukte folders en affiches moeten verdwijnen, maar meer aandacht moet worden gegeven aan de social media. De bekendste kanalen zijn:

- WhatsApp: Een messenger-app die veel dagelijkse gebruikers heeft en vaak wordt gebruikt voor directe communicatie en klantenservice.
- YouTube: Een platform gericht op video's, ideaal voor het creëren van langdurige online zichtbaarheid.
- Facebook: Nog steeds een van de grootste platforms, populair bij een breder publiek, en een goed platform voor bedrijven.
- Instagram: Sterk gericht op visuele content, populair bij een jonger publiek en geschikt om producten uit te lichten.
- TikTok: Zeer populair bij jong en oud, en een uitstekende plek voor creatieve, korte video's.
- LinkedIn: Het professionele netwerk, gericht op de zakelijke markt en zakelijke contacten.
- Pinterest: Een visuele zoekmachine, perfect om te inspireren en producten te laten zien.
- Snapchat: Richt zich op een jong publiek met tijdelijke, creatieve content.
- X (voorheen Twitter): Een kanaal voor directe communicatie en het bereiken van je doelgroep met korte berichten.

De big five wordt gevormd door Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram en LinkedIn.

Een actueel overzicht van de ontwikkeling in het aantal gebruikers per platform, waarbij tien van de meest populaire platforms in Nederland zijn meegenomen, ziet er als volgt uit:

X (Twitter) verliest relatief sterk met 450.000 minder gebruikers.



Bron: <https://www.frankwatching.com/archive/2025/01/25/social-media-onderzoek-2025>. Geraadpleegd 29-09-2025

Bij WhatsApp, YouTube, Instagram, LinkedIn, TikTok en Snapchat is een groeiend aantal gebruikers te zien, waarbij LinkedIn dit jaar het hardst is gegroeid met 230.000 gebruikers. Bij Facebook, Pinterest, X en Telegram is juist een daling in het aantal gebruikers te zien. X heeft dus de meeste gebruikers verloren. De nieuw gevormde Publiciteitsgroep is inmiddels druk bezig met het inrichten van de (nieuwe) social media.

Naast (een selectie van) social media, is de verspreiding van de gedrukte media een punt van aandacht. Distributie huis aan huis zou ideaal zijn, maar voor het hele Gooi een wel heel grote fysieke opgave. Haalbaar is wel het vergroten van het aantal plekken waar folders en affiches gepresenteerd kunnen worden. De interviews met de externe stakeholders leverden gelijk al een aantal nieuwe distributieplekken op.

Verder kan ook het gebouw zelf ook meer zichtbaar worden, voor een toevallige passant is het volstrekt onduidelijk wat er binnen bruist. Beter aanlichting, buitenreclame et cetera, uiteraard alles binnen de mogelijkheden die een rijksmonument biedt.

Tot slot is een continue stroom van persberichten onontbeerlijk. Contacten met pers, suggesties voor artikelen of interviews zorgen voor een levendig bestaan van deMess in de media.

Mediabeleid en woordvoering

Voor het onderhouden van contacten met journalisten, zowel proactief als reagerend, is een protocol wenselijk.

Cybersecurity en communicatie

Elke organisatie, ook deMess, moet voorbereid zijn op een cyberaanval, bijvoorbeeld in de vorm van ransomware (gijzelsoftware). Systemen worden vergrendeld en pas weer vrijgegeven na betaling van losgeld. Doorgaans kost dat veel geld of verlies van gegevens. Daarnaast komen ook de klantdata op straat te liggen. In een tijd waarin door social media informatie (of die nu waar of niet waar is) binnen enkele minuten massaal gedeeld kan worden, zijn heldere uitgangspunten over communicatie van groot belang. Meer dan ooit is tijdens een crisis zichtbaarheid, eenduidigheid en tijdigheid in de communicatie doorslaggevend. Ook hiervoor is een protocol zeer zinvol.

Financiën

Aan een aantal financiële zaken wordt dit najaar gewerkt.

1. Aanpassing van de toegangsprijs, bijvoorbeeld een verhoging/differentiatie (bijvoorbeeld naar leeftijd), (€ 25 euro volwassenen, € 15 studerenden, als voorbeeld).

2. Het abonneren moet mogelijk worden, bijvoorbeeld op een reeks concerten of een van de andere seriematige programmaonderdelen (zeven jazzconcerten tot 30 augustus te boeken met één gratis, weer als voorbeeld).
3. De Vrienden zouden exclusieve voorverkoop kunnen worden aangeboden. Vrienden krijgen de primeur voordat de reguliere verkoop begint.
4. Per voorstelling wordt het mogelijk iemand via de website uit te nodigen. Nu kan alleen een link naar het hele programma worden doorgestuurd.
5. De deMess Theaterbon wordt ontwikkeld – leuk om te verkopen en fijn om te kunnen geven. Bon zonder concreet geldbedrag maar geschikt om eenmalig in te wisselen.
6. Onderzocht gaat worden om de mogelijkheden tot sponsoring uit te breiden, bijvoorbeeld voor een nieuwe vleugel.

Met dank aan: Aya, Casper, Gertjan, Henk, Ingrid, Jaap, Mette en Simone als interne stakeholders en Mascha Sluiter (boekhandel Los), Eva Moraal (Comenius Museum) en Ellen Snoep (Grote Kerk) als externe stakeholders.