

## Beleids- en Activiteitenplan Stip theaterproducties 2021-2024



STIP theaterproducties  
Nieuwe Leliestraat 169  
1015 HD Amsterdam  
020 – 6230623  
[www.stipproducties.nl](http://www.stipproducties.nl)  
[info@stipproducties.nl](mailto:info@stipproducties.nl)

### Inhoud

Stip theaterproducties .....	2
Impresariaat.....	2
Stip en het veld	2
Jong Theater Circuit	3
Producent.....	3
Eigen producties 2021-2024, en artistiek profiel	3
Coproducties en samenwerkingsverbanden .....	4
Verdieping van de werkpraktijk	4
Diversiteit en inclusie	5
Contextprogrammering en educatie	5
Financiën .....	5
Bedrijfsvoering	6
Toezicht, bestuur en governance	6
Marketing .....	6
Werken vanuit de context en samenwerking met de theaters	6

## **Stip theaterproducties**

Stip theaterproducties richt zich exclusief op jeugd- en jongerentheater met een kwalitatief hoogwaardig theateraanbod dat wordt geprogrammeerd in theaters, diep in de wijken in het hele land. Een aanbod dat vernieuwend, experimenteel, inhoudelijk interessant en verrassend is en op verschillende niveaus begrepen kan worden. Cruciaal voor de unieke positie van Stip is de interactie tussen verkoop en productie.

Stip theaterproducties heeft voor de komende vier jaar twee hoofdactiviteiten:

1. het impresariaat, Stip vertegenwoordigt een aantal gezelschappen die per seizoen zo'n 30 voorstellingen ter verkoop via Stip aanbieden.
2. de productie van twee nieuwe voorstellingen en een herneming per seizoen van jonge makers, een opdracht voor de periode 2021–2024 van het Fonds Podiumkunsten en het Amsterdams Fonds voor Kunsten.

Opdracht, een jonge kunstenaar werkt bij Stip binnen een uitdagende, professionele en multidisciplinaire biotoop, met een professioneel netwerk en waar de theatermaker van meet af aan leert nadenken over bedrijfsvoering, haalbaarheid, publieksimpact, marktwerking, aanbod en afname.

## **Impresariaat**

Stip vertegenwoordigt gezelschappen met een deel van hun programma per seizoen.

Per seizoen verkoopt Stip zo'n 30 verschillende producties, 700 voorstellingen aan theaters in Nederland en Vlaanderen, 30 tot 40% betreft schoolvoorstellingen aan bemiddelaars of via de theaters.

## **Stip gezelschappen**

De BIS-gezelschappen:

1. De Toneelmakerij, Amsterdam
2. HNTjong, Den Haag
3. Het Houten Huis, Groningen
4. Het Laagland, Sittard
5. Theater Sonnevand, Enschede
6. DOX, Utrecht
7. SALLY Dansgezelschap Maastricht

De meerjarig gesubsidieerde FPK gezelschappen:

1. Theater Gnaffel, Zwolle
2. Schippers&Van Gucht, Breda
3. Tg. Winterberg, Zaandam

De ad hoc producenten:

1. Urban Myth, Amsterdam
2. jeugdvoorstellingen van Rose Stories en George&Eran, Amsterdam
3. vacature: bijzonder, aanbod verbredend.

Verder oriënteert Stip zich nader op festivals en locatieprojecten., o.a. door aanbod te verbreden met installaties als de *Minotaurus*.

## **Stip en het veld**

Stip ondersteunt risicovolle jeugdtheaterprogrammering van de theaters in Amsterdam en in het land met een actief programma dat elk seizoen drie producties van jonge talentvolle theatermakers onder de aandacht brengt: het Jong Theater Circuit. Programmeurs en podia die zich aan het circuit verbinden, krijgen een speciale uitkoopsom, een kennismakingsbezoek van de maker en meer aandacht voor contextprogrammering en de PR.

Programmeurs krijgen zo meer ruimte om in hun programmering werk van talenten op te nemen, zodat deze meer vliegreuen kunnen maken, gezien worden, een netwerk op kunnen bouwen, kansen krijgen om in contact te komen met publiek, én terug kunnen komen.

---

Stip initieert een nieuw netwerk van theaters en podia.  
In het land moet dat groeien naar in ieder geval 15 theaters die meedoen.  
In Amsterdam committeren de vlakke vloertheaters zich aan het Jong Theater Circuit:



### **Jong Theater Circuit**

houdt in het kort in:

- per seizoen drie eigen producties van Stip onderbrengen bij 20 theaters in Amsterdam en heel Nederland, het realiseren van een gegarandeerde afname
- een aangepaste (totaal)prijs voor het theater per jaar voor delen of het gehele pakket
- een herkenbaar marketingconcept (mét een eigen logo), een landelijke marketingstrategie met één contactpersoon en aandacht voor de individuele makers
- lange termijnafspraken, dit vergroot ook de herkenbaarheid voor het publiek
- producties met veel rand- en contextprogrammering
- programmeurs ontmoeten de maker persoonlijk en krijgen meer informatie rond de jonge makers
- het theaterveld investeert in jong talent van nu en de kwaliteitsmakers van de toekomst

Alle middelen worden ingezet om de theaters mee te krijgen in het vormen van een nieuw circuit en het tonen van risicovolle programmering, zoals ook het aantrekkelijk prijzen van voorstellingen en eventueel huren van een locatie en werken voor de box-office.

Een algemene doelstelling, zowel voor het impresariaat als voor de eigen producties en het JTC, is het *langer staan*, dus series kunnen spelen, bijvoorbeeld een lang weekend en op maandag en dinsdag schoolvoorstellingen, dat zijn dan 4 tot 5 dagen achter elkaar in hetzelfde theater. Er spelen efficiency argumenten, een kortere speelperiode en langer op dezelfde plek staan is wezenlijk goedkoper (en is prettiger werken), maar we denken ook beter en breder uit te kunnen pakken met onze contextprogrammering.

### **Producent**

Stip produceert zelf per seizoen twee nieuwe producties en één herneming van en met jonge jeugdtheatermakers.

Deze drie eigen producties van Stip, met gemiddeld een totaal van 50 voorstellingen per seizoen, staan als vrije voorstelling en als schoolvoorstelling in de theaters, daarnaast ontwikkelt Stip theaterinstallaties voor de jeugd op zomerfestivals.

### **Eigen producties 2021-2024, en artistiek profiel**

De plannen van de makers van 2021-2024 bevatten spannende uitgangspunten die oorspronkelijk zijn en qua ontwikkelingswensen passen bij de artistieke signatuur van Stip, origineel, innovatief, gelaagd en realiseerbaar.

Het nieuwe jeugdtheaterwerk weerspiegelt niet zozeer een kritiek op de dominante westerse cultuur, als wel een scherp verlangen bij de makers om zich ook binnen die kunsthistorische canon te positioneren. Ze combineren korte en langere verhalen met een vanzelfsprekend lijkende ongebreidelde mix van verschillende disciplines zoals teksttheater, beeldende elementen, poppentheater, dans, muziek, in een creatieve liefst interactieve aankleding en dito decor. Door te experimenteren met nieuwe theatervormen als spoken-word, storytelling en games en met name *immersive* theater, wordt de scheiding tussen publiek en spelers opgeheven en kan de toeschouwer zelf mede de theaterervaring bepalen. Jonge makers bij Stip gebruiken ook graag (onderdelen van) traditionele werkwijzen en er is een neiging naar ambachtelijkheid en kwaliteit, die we ondersteunen.

Stip versterkt de makers de komende jaren met substantieel meer contextprogrammering, educatieve activiteiten en een versterkte productionele slagkracht.

## Programma Stip Eigen Producties 2021-2024

1. **Sara de Monchy**, Machiel Rodenburg en Jelle Hoekstra maken in 2021 *Het Mysterie van de Grote Mensen* 7+, over een jongen die volwassenen in een kijkdoos stopt en ze stiekem bespiedt, wordt in samenwerking met de NTR als podcast op de nationale radio uitgezonden.
  2. **Hendrik Kegels** en **Sonja van Ojen** maken in 2022 *Micro*, 6+, kleine dingen spelen de hoofdrol: het stopcontact, de vloer, de verwarmingsbuis worden de protagonisten.
  3. **Anne Maike Mertens** en Bibi Trompetter vormen met Malou de Roy van Zuydewijn *Studio Brei*. Samen met festival Boulevard wordt *De Minotaurus*, 6+ als installatie gepresenteerd, in de vorm van een groot labyrint, voor festivals en een voorstelling in de theaters.
  4. **Lennart Monaster** maakt in 2022 de muziektheatervoorstelling *Van Hamelen & The Rats*.
  5. **Studio Figur** is het gezelschap van **Noufri Bachdim** en **Pluck Venema** en innovatieve, goede diverse verhalenvertellers. Poppentheater is een populaire theatervorm dat we verder willen ontwikkelen.
  6. Met het **Ragazze Quartet** gaat Stip op zoek naar een regisseur voor een 8+ voorstelling over Vivaldi in een ondergestroomd Venetië, klassieke muziek in combinatie met (spel/tekst)theater.
  7. **Charlie Duran** maakt een voorstel voor een gegamificeerde escape-danstheatervoorstelling voor in het gehele theatergebouw, met games en immersief theater, 10+
  8. Schmoetsch is een voorstelling op basis van afval, over duurzaamheid, voor de kleinsten (4+).
  9. Met **Marjet Moorman** Marjet gaat Stip op zoek naar een regisseur die een door haar nieuw te schrijven tekst omzet naar een volledige voorstelling. 3+ en 8+
- NB. Deze planning voor de periode 2021 – 2024 is niet definitief om flexibel te blijven.

## Coproducties en samenwerkingsverbanden

Samenwerking en coproduceren is belangrijk voor schaalvergroting of om gezamenlijk sterker te staan.

Coproducties voor nieuwe verhalen vanuit een meerstemmig perspectief van een diverse cast voor een breed publiek.

Intern zal bepaald moeten worden wáár in de organisatie een project ondergebracht wordt: PR, productie, contextprogrammering, bureau?

Met de **Krakeling** is een belangrijk premièretheater voor Stip. Met De Krakeling en theatergroep **Urban Myth** maakt Stip na Martin Luther King twee nieuwe producties die als speerpunt het werven van nieuw publiek hebben, ihkv. de *Innovatieregeling Publieksonwikkeling* van het AFK: in 20-21 *Waarom is het stil in de stad* en in 2022 *GilGAMESj*.

Stip is medeoprichter van **NTFjong** en verzorgt de marketing. Vijf Amsterdamse theaters bundelen elk jaar hun krachten en moeten qua PR en marketing door ons worden aangestuurd: o.a. De Krakeling, Het Pleintheater, Podium Mozaïek, de Meervaart en het Bijlmer Parktheater.

Stip ontwikkelt met de **Kunstvakopleidingen** in Nederland, De Krakeling en NTFjong de *Dag van de Academie en het Jeugdtheater* om theaterstudenten in een ontmoetingsdag flink bij te spijkeren over jeugdtheater, ism. artistiek leiders van de BIS-gezelschappen, met als doel de expertise van jeugdtheater - van beginnende tot gevorderde makers - te bevorderen.

## Verdieping van de werkpraktijk

Stip creëert verschillende mogelijkheden tot verdieping van het talentontwikkelingsprogramma. In de volgende jaren organiseren we salons en creatieve ontmoetingen met jonge mensen uit alle kunst disciplines en mensen die werkzaam zijn in de productie en logistiek van het theatermaken. Onderwerpen zijn onder meer de andere kijkhouding van kinderen ten opzichte van volwassenen, hoe bepaal je de doelgroep / de leeftijd, hoe regel je de zakelijke leiding, zelfstandig werken en subsidieland, casting en diversiteit.

Door makers van Stip elkaar te laten ontmoeten ontstaat peer coaching, -scholing en -training. Het doel is tweeledig: met vakgenoten kennis uitwisselen over een aantal thema's uit de praktijk en een interdisciplinaire en projectoverstijgende intervisie.

We willen ook experimenteren met een workshopaanbod, peers en oud-Stippers betrekken bij de discussie of en hoe we een kennis- en leeraanbod moeten ontwikkelen voor programmeurs en anderen uit het werkveld. Thema's daar zijn inclusie en *creative acces*. Gedacht wordt aan betaald bezoek, en aan het uitgeven van een boekje.

### **Diversiteit en inclusie**

Van het gehele aanbod en organisatie van Stip heeft meer dan 30% een niet-westerse achtergrond. Onze inspanningen richten zich daarnaast nadrukkelijk op het bereiken van nieuw publiek.

De samenstelling van ons personeel en bestuur verandert mee.

De implementatie van inclusie gaat ook over het delen van invloed. Stip wil dit graag faciliteren en stimuleren, en het diverse publiek betrekken bij het artistieke werk.

Voor Nederland nieuwe ontwikkelingen als *Relaxed Venues*, waarbij de theaterervaring gastvrij, toegankelijker en inclusiever wordt, willen we volgen.

Met partners organiseren we een symposium over hoe we de theaters kunnen helpen hun programmering diverser te maken op onze jaarlijkse Programmeursdag.

We willen het brede landschap van organisaties die betrokken horen te zijn bij het toegankelijk maken van theater voor kinderen, beter leren kennen.

### **Contextprogrammering en educatie**

Programmeurs en cultuurbemiddelaars geven aan dat theaterbezoek aan betekenis wint als een voorstelling wordt ingebed in een totaalbeleving. Een voorbereidende lesbrief/workshop, creatieve interactie tijdens de voorstelling en een contextprogrammering verrijken de theaterervaring.

Daarom gaan onze makers de komende jaren directer het contact aan met de programmeurs, zodat ze ervaren hoe een theaterorganisatie met hún voorstelling werkt, waarom een productie wel/niet geprogrammeerd wordt en wat het publiek uitdaagt, én wat ze kunnen doen om de zeggingskracht van hun productie te verhogen.

Stip biedt bij haar eigen producties een inspirerende en gevarieerde rand- en contextprogrammering, die het theaterwerk van inbedding voorziet en toegankelijk maakt, met daarmee samenhangend speciale websites, begeleiding door professionele theaterdocenten en soms een geïntegreerd lesprogramma.

Theater in combinatie met een lesprogramma, een workshop en een nagesprek levert een totaalbeleving op die voor meer bezoek zorgt dan losse voorstellingen.

De nieuwe context- en educatiemedewerker van Stip bereidt interactieve sessies met het publiek voor en werkt met online communities en themawebsites. Het educatie-aanbod kan door het presenterende theater worden doorgezet naar het primair en het voortgezet en speciaal onderwijs. Het aanbod sluit direct aan bij de kerndoelen van het primair onderwijs, met actieve programma's waarin kinderen en jongeren omgaan met theater, dans, nieuwe media, fotografie, taal, film en beeldende kunst. De totaalbeleving is een *incentive* voor het publiek om te komen. Bij dit soort *embedded* theaterprojecten zijn we steeds partner in artistieke strategieën.

### **Financiën**

De meerjarenbegroting Stip 2021-2024 is een los bestand.

Voor de komende meerjaren periode gaan wij uit van een vergelijkbare bedrijfsvoering en exploitatie als in de vorige jaren.

We ontvangen van het Fonds Podiumkunsten een subsidie van € 400.000 en van het Amsterdams Fonds voor Kunsten voor € 80.000 per jaar voor de eigen producties.

Een verdere uitbouw en versteviging en intensivering van de vaste verkoop en de acquisitie aan theaters is essentieel en we scherpen daarom onze verkoop en marketing- en publiciteitstrategie aan en reserveren daar meer budget voor.

We verbinden een reëel budget aan de contextprogrammering en de begeleidende productie van educatie en context van de eigen producties.

## **Bedrijfsvoering**

De bedrijfsvoering verloopt aan de hand van een AOIB, de administratieve organisatie en interne beheersing, samengesteld in samenspraak met ASK en de accountant.

Het Stipkantoor is gevestigd in de Jordaan aan de Nieuwe Leliestraat 169, Amsterdam. Stip heeft een moderne kantoorinrichting met up-to-date software, G-Force, Windows, System One en Salesforce (te implementeren). Verder is Stip lid van de werkgeversorganisatie NAPK en het Sociaal Fonds Podiumkunsten en van DIP, het landelijke Digitaal Informatie Platform. Stip heeft twee flying desks, gratis en open voor onregelmatig gebruik van jonge zakelijk leiders en andere jonge betrokkenen bij het jeugdtheater.

## **Toezicht, bestuur en governance**

Stip theaterproducties is een stichting en heeft geen winstoogmerk, heeft een maatschappelijke doelstelling en een ANBI status. De jaarverslagen en de beleidsplannen van de stichting worden elk jaar op de website gepubliceerd.

Het bestuur van de stichting Stip bestaat in 2020 uit 5 leden: Beer Boneschansker (voorzitter), Matthijs Lisser (penningmeester), Diederik Hoekstra (secretaris), Edwin Graafland (bestuurslid), Lizzy Ondaatje (bestuurslid). Het bestuur van Stip werkt met de *Governance Code Cultuur 2019* en met het bestuur+directiemodel, vergadert minimaal vier keer per jaar, adviseert, controleert, is eindverantwoordelijk en laat de uitvoerende taken over aan de directie.

## **Fair Practice Code**

Stip hanteert de Fair Practice code, de gedragscode voor ondernemen en werken in kunst, cultuur en creatieve industrie. Stip theaterproducties volgt voor alle medewerkers en freelancers in alle activiteiten en producties de cao Toneel en Dans.

## **Marketing**

Het marketingplan is een los bestand, zie bijlage.

De marketing van Stip dient twee doelen: ondersteuning van het impresariaat en promotie van de eigen producties. Belangrijkste marketingmiddelen zijn de brochure en de Presentatiedag. We werken intensief samen met de theaters ten behoeve van de kaartverkoop en de contextprogrammering.

In de periode 2021-2024 verkoopt Stip zo'n 700 voorstellingen per jaar van haar gezelschappen en spelen de eigen Stip-producties gemiddeld 50 voorstellingen per jaar.

Voor onze eigen producties streven we naar een zaalbezetting van minimaal 65%, ongeveer 170 bezoekers per voorstelling. We behalen een totaal publieksbereik van tenminste 10.125 bezoekers per jaar.

Op de jaarlijks Presentatiedag komen 100 programmeurs en bemiddelaars voor het nieuwe programma van Stip, maar ook om te netwerken en feedback te geven.

## **Werken vanuit de context en samenwerking met de theaters**

Theaterprogrammeurs worden gezien als ambassadeurs, zij weten samen met de PR en voorstellingsinhoudelijke afdelingen van de theaters het best hoe elke relevante publieksgroep bereikt kan worden en met welke content. Stip verbindt en stimuleert gezelschappen en makers om te luisteren naar de wensen van de theaters en andersom.

Stip weet welke specifieke uitstraling de programmeur en het theater wenst, en in welke context ze werken, schouwburg, vlakke vloer, de wijk / het stadsdeel, of andere indicatoren, kortom wat de werkelijke werkomgeving van de programmeur is.

We zetten Stip nog sterker neer als een partij met een uitgebreid en betrouwbaar pakket aan PR-middelen. Rondom alle producties organiseren we een randprogramma dat bestaat uit workshops, lesbrieven, nagesprekken, betekenisvolle gadgets en/of publicaties. Doel is het discours over het thema van de voorstelling te bevorderen en de marketing te verdiepen. Sommige theaters doen bijvoorbeeld mee aan het Jong Theater Circuit en krijgen voordelen om een kwalitatief hoogstaand jeugdtheaterprogramma op te bouwen.