

# **Tweetakt**

## **Subsidieaanvraag meerjarige activiteiten subsidies 2017 – 2020**

april/mei Utrecht en Fort Ruigenhoek, Groenekan

[www.tweetakt.nl](http://www.tweetakt.nl)

### **1. OVER TWEETAKT**

Het Utrechtse jeugdkunstenfestival Tweetakt brengt elk voorjaar multidisciplinaire (podium)kunst voor alle leeftijden. De afgelopen editie (2015) trok 35.000 bezoekers, waaronder 4000 scholieren. Ooit begonnen als hoogtepunten-parade voor professionals heeft het festival zich onder de artistieke leiding van Petra Blok ontwikkeld tot een eigenzinnige smaakmaker met een focus op talentontwikkeling en vernieuwing, die kwaliteit en expertise bevordert bij de makers van jeugd(podium)kunsten en verdieping van de kunstervaring van (beginnende) kijkers. Tweetakt spant zich in om kinderen van alle leeftijden aan te spreken: van de allerkleinsten tot jongeren, de moeilijkste doelgroep om te bereiken. Uitgangspunt is dat de getoonde (podium)kunst, die geselecteerd is zeggingskracht heeft voor een jong publiek en geen uitgebreide toelichting behoeft. Ook de veelzijdige educatieve programma's van Tweetakt zijn ervaringsgericht.

Het festival presenteert de diverse podiumkunsten - toneel, dans, cabaret, beeldend theater, muziek, muziektheater, mime en performance - naast beeldende kunst, installaties, shortfilm en (interactieve) artistieke games, en biedt daarmee een breed spectrum van kunstervaringen, van respectvol beschouwen tot speels meedoen. De kindertentoonstelling Kaap op Fort Ruigenhoek is de afgelopen twee jaar samengevoegd met Tweetakt en is vanaf 2016 definitief geïntegreerd.

Tweetakt plaatst ervaren kunstenaars uit binnen- en buitenland naast beginnend, Nederlands talent, studenten en net afgestudeerde kunstenaars, die door het tonen en maken van (nieuw) werk een stap naar een professionele praktijk kunnen maken. Via samenwerkingsprojecten tussen ervaren en beginnende makers, educatiestudenten en amateurs vergroot Tweetakt de uitwisseling van kennis en ervaring. Die wordt verdiept in debatten en ontmoetingen tussen kunstenaars, afnemers en critici.

Jaarlijks ontvangt Tweetakt een grote groep buitenlandse programmeurs uit Europa en daarbuiten die een speciaal programma krijgt aangeboden met producties van nieuwe en gevestigde makers. Dit vergroot de internationale afzetmogelijkheden van het Nederlandse en Vlaamse aanbod.

#### **Missie**

Het festival is opgezet vanuit de overtuiging dat kunst voor de jeugd - van peuters tot jongeren - opwindend, verrassend, verrijkend en vervullend kan zijn. Dat kunst dicht bij kinderen staat dan ze denken; het raakt aan de manier waarop ze zelf spelen, aan de massamedia die hen omringen en aan thema's die hen bezighouden. Tweetakt geeft ruim baan aan nieuwe vormen, nieuwe makers en innovatieve producties. De geprogrammeerde (inter)nationale en eigen producties getuigen van vakmanschap, levendigheid en originaliteit, en geven een inkijk in de nieuwste ontwikkelingen in de jeugd(podium)kunst.

#### **Kerntaken en hoofddoelstellingen**

- Het tonen en ondersteunen van de meest belangwekkende en vernieuwende ontwikkelingen op het gebied van jeugd(podium)kunst in Nederland, Vlaanderen en internationaal.
- Een breed publiek receptief en actief betrekken bij de jeugd(podium)kunst.
- Het uitdragen van de belangrijke functie van (podium)kunst voor de verbeeldingskracht van kinderen, hun verbintenis met de wereld om hen heen en de vorming van hun identiteit en persoonlijkheid.
- Het stimuleren en aanjagen van de kwaliteit, zeggingskracht en impact van de jeugd(podium)kunst.
- Het participeren in talentontwikkeling door het programmeren, produceren en ondersteunen van jonge, talentvolle makers en kunstenaars.
- Het verleiden van (podium)kunstenaars tot het maken van werk voor een jonge doelgroep.
- Het organiseren van debatten en speeddates tussen programmeurs en kunstenaars om de uitwisseling van kennis binnen de jeugdkunst te vergroten.
- Het ontvangen en begeleiden van buitenlandse programmeurs.

## 2. ARTISTIEKE UITGANGSPUNTEN

### Artistieke visie

Tweetakt is publieksvriendelijk en tegelijkertijd toonaangevend, combineert hoge kwaliteit met toegankelijkheid en is voor familiepubliek, kinderen en jongeren even uitdagend als voor insiders in de kunsten. Topkwaliteit van ervaren makers uit binnen- en buitenland staat naast beginnend talent. In het programma-aanbod wordt geen hiërarchie aangebracht; alle onderdelen van het multidisciplinaire programma zijn gelijkwaardig gepresenteerd als onderdeel van dezelfde jeugdcultuur. Aan alle ingediende plannen en geprogrammeerde onderdelen worden dezelfde hoge eisen gesteld: er moet originaliteit en vakmanschap uit spreken, de wil tot communiceren met een jeugdige doelgroep en de bereidheid om kinderen serieus te nemen in hun verbeeldingskracht, intelligentie, creativiteit en hun behoefte om zichzelf te herkennen in wat ze zien.

Tweetakt streeft ernaar om voor alle leeftijdsgroepen artistiek interessante producties te bieden. Het festival spant zich extra in om kinderen die nauwelijks ervaring hebben met (podium)kunst, zoals de vele VMBO-scholieren die Utrecht rijk is, te verrassen met producties die het aanspreken en die toch onverwacht zijn in vorm en aanpak. Het festival is er trots op dat jongeren, een moeilijk te bereiken doelgroep, in toenemende mate het programma bezoeken, mede dankzij programmaonderdelen waar zij zelf in participeren of die aansluiten op hun interesses. De losse kaartverkoop aan jongeren die buiten schoolverband het festival bezoeken, is de afgelopen jaren merkbaar toegenomen.

Tweetakt toont de kunst als een makkelijk betreedbaar terrein. In letterlijke zin begint dat bij het intieme en toch open festivalcentrum op de Neude, dat zorgvuldig zo is ingericht dat het passanten trekt terwijl de kunst er de hoofdrol in speelt. Wie gelokt wordt door de houten horecastalletjes, de muziekoptredens en een ouderwetse rupsbaan (in 2016 wordt dit een zweefmolen) is meteen omringd door de kunst. De door kunstenaars ontworpen bebouwing - een houten cowboydorp - bevat een minitheater met een doorgaande programmering, een mobiel houten podium voor een wat groter publiek en daarnaast ruimtes voor beeldend kunstwerken en interactieve installaties waar het publiek zo kan binnenlopen. Blikvangers zijn twee grote glazen kassen aan weerszijden van het festivalplein; de ene herbergt een toegankelijk en kindvriendelijk restaurant plus het informatiecentrum, in de andere vinden overdag en 's avonds muziek- en cabaretoptredens of een dansbattle plaats onder het oog van het passerende (winkel)publiek. Die optredens vergroten de zicht- en hoorbaarheid van Tweetakt in de stad, om jongeren en studenten te verleiden om naar het festivalcentrum te komen, maar ze zijn meer dan 'randprogrammering': ook de bandjes, muzikanten en cabaretiers zijn geselecteerd op vernieuwing en zeggingskracht voor een jong publiek.

De communicatie-uitingen van Tweetakt zijn sterk visueel, de programmaonderdelen behoeven geen lange tekstuele toelichtingen en/of inleidingen. Op Fort Ruigenhoek krijgen bezoekers een kaart van het eiland met daarop alle werken; de bewegingsvrijheid nodigt uit om alles zelf te ontdekken. In de 'postkamer' in één van de bunkers kunnen kinderen berichten aan de kunstenaars sturen. Tweetakt toont veel voorstellingen met kinderen in de hoofdrol en nodigt via talentenprojecten en educatieve programma's amateurs uit om het podium te betreden of mee te werken aan de tentoonstelling. Artistieke games en interactieve installaties zijn geselecteerd op de manier waarop ze de creativiteit van de spelers stimuleren. Hoge kunst wordt op het festival iets vanzelfsprekends: met een speelse kindervoorstelling over John Cage, een dadaïstische avond voor tien jaar en ouder, een punkperformance voor jongeren of een filmpje waarin een beeldend kunstenaar enthousiast vertelt over kinetische kunst, krijgt een jong publiek iets van de traditie mee waar de hedendaagse kunst in staat.

Nu de werkplaatsen voor jonge theatermakers door de bezuinigingen op de kunst voor een deel zijn weggevallen, hebben de festivals in Nederland een belangrijke functie als producent van nieuw werk. Tweetakt neemt haar rol voor talentontwikkeling serieus door veel werk van jonge kunstenaars en kunststudenten te tonen, en opdrachten voor nieuw werk te geven aan talentvolle jonge (podium)kunstenaars.

Met veelvormige samenwerkingsprojecten stimuleert Tweetakt de uitwisseling tussen ervaren en jonge kunstenaars, tussen professionelen en amateurs en tussen de sectoren kunst en educatie. De programmering en de eigen kunst- en educatieprojecten vormen met elkaar een keten waarin jonge kunstenaars stappen kunnen zetten in hun professionele praktijk, en (beginnende) toeschouwers de kans krijgen om via kijken én meedoen hun kunstervaring te vergroten.

Het festival is een uitnodiging aan (jonge) kunstenaars om (óók) werk te maken voor een jeugdig publiek. Het laat de jeugd(podium)kunst zien als een levendig terrein waarin veel opwindends gebeurt, en waar veel te halen valt voor kunstenaars die de wereld waarin we leven op nieuwe manieren begrijpelijk willen maken voor kinderen, die directer dan volwassenen reageren op wat ze zien maar ook open staan voor de schoonheid en de inhoud van het gebodene.

In een tijd dat het openbare debat verhardt en de verschillen tussen (culturele) groepen worden uitvergroot, heeft kunst voor kinderen een belangrijke taak in het tonen van nuances en het verzachten van tegenstellingen. De kunstenaars op Tweetakt moeten associatief en open zijn, niet moraliseren maar aanzetten tot denken. Verhalen waarin gepeste kinderen terugslaan, een dik meisje zich ontpopt als een wulpse comédienne, of een homoseksuele jongen van allochtone afkomst zijn schaamte doorbreekt, zijn van groot belang om vooroordelen te verzachten. Kinderen moeten ook serieus genomen worden in hun zorgen over maatschappelijke thema's als milieuvervuiling of oorlogsdreiging, mits deze thema's op een speelse manier worden benaderd zodat kinderen er kracht en optimisme aan ontleen.

De mix van disciplines, de brede publiekssamenstelling en het open, feestelijke karakter van het festival worden elk jaar weer geprezen door de buitenlandse gasten en de (vak)pers die Tweetakt ontvangt. De open toeschouwersblik die Tweetakt nastreeft, zorgt er regelmatig voor dat moeilijk geachte producties die in de seizoenprogrammering het (juiste) publiek slecht bereiken, op het festival met een staande ovatie worden ontvangen.

Tweetakt doet recht aan de vooraanstaande positie van het Nederlandse jeugd- en jongerentheater, dat internationaal wordt gezien als een van de best ontwikkelde jeugdtheatercircuits in Europa. En met de programmering en productie van interactieve games, installaties en beeldende kunstprojecten voor een jong publiek draagt Tweetakt er aan bij dat ook de beeldende en interactieve multimedialkunst voor kinderen in Nederland op een hoger niveau komen.

Sinds twee jaar is de kunsttentoonstelling op het forteiland bij Groenekan onderdeel van het festival. Deze kinderkunsttentoonstelling heeft de artistieke leiding van Tweetakt elf jaar geleden opgezet omdat er wel artistiek hoogwaardig theater bestaat voor kinderen, maar heel weinig vergelijkbare beeldende kunst. Voor deze 'De kleine Biënnale' werden gerenommeerde kunstenaars gevraagd om nieuw werk te maken voor een kinderpúblic. In de jaren daarna ging het evenement apart van Tweetakt verder onder de naam Kaap. In de tussentijd heeft Kaap zich ontwikkeld als een exponent van Tweetakt: de tentoonstelling bevat voornamelijk nieuwe beeldende kunstwerken, interactieve installaties en artistieke games die speciaal voor kinderen door jonge en gevestigde kunstenaars worden gemaakt, en sluit daarin aan bij de multidisciplinaire programmering van het festival. Het was dan ook een logische stap om beide evenementen te integreren. Afgelopen jaar werden voor het eerst ook twee dansvoorstellingen op Fort Ruigenhoek gepresenteerd, die het eiland met de buitenkunstwerken als locatie gebruikten. Publiek en makers waren enthousiast over deze nieuwe mogelijkheid.

Het multidisciplinaire programma van Tweetakt weerspiegelt de natuurlijke ontwikkeling van de (jeugd)kunsten: de dynamiek van een discipline zit in het verkennen van de grenzen ervan. Tweetakt gelooft in de meerwaarde van het naast elkaar plaatsen van klassieke beeldhouwwerken en installaties, korte films en performances, teksttoneel en dans, interactieve games en beeldende voorstellingen, popzangers en cabaretiers. De verbanden die dan tussen deze verschillende kunstvormen ontstaan, zijn zowel vormelijk als inhoudelijk, en onderstrepen dat alles voortkomt uit eenzelfde uitings- of onderzoekdrang en dat alles raakt aan de (jeugd)cultuur die kinderen ook in hun dagelijks leven omringt. De kijkhouding die elke discipline vraagt – speels, actief of juist aandachtig beschouwend - werkt door op de manier waarop een werk uit de andere discipline wordt ervaren. De bezoekende kinderen en jongeren maken geen onderscheid, blijkt uit evaluaties, gesprekken en schoolbezoeken. Ze beoordelen elk werk op de eigen merites.

## TERUGBLIK EN VOORUITBLIK TOT 2018

### PROGRAMMA:

#### **Talentontwikkeling op het gebied van theater en beeldende kunst**

Tweetakt biedt ruim baan aan projecten van jonge theatermakers, beeldend kunstenaars, componisten en game-ontwerpers. In nauwe samenwerking met landelijke kunstvakopleidingen - op het gebied van beeldende kunst, spel, regie, muziek, dans en games en interaction - produceert en toont Tweetakt producties van net afgestudeerde of nog studerende kunststudenten. Per jaar krijgen twee jonge theatermakers, choreografen, componisten de opdracht een nieuwe jeugdproductie te maken voor de zaal of, als het project daarom vraagt, op een bijzondere locatie. Tweetakt is de enige plek in Nederland waar ook op het gebied van beeldende kunst voor kinderen aan talentontwikkeling wordt gedaan. Jaarlijks geven we aan zeven of acht kunstenaars (gerenommeerd en beginnend) opdracht een nieuw werk voor kinderen te ontwikkelen.

Diverse jonge kunstenaars en theatermakers die Tweetakt en Kaap de afgelopen jaren met opdrachten voor nieuwe projecten hebben ondersteund, zijn doorgestroomd in het professionele circuit. Afgestudeerde beeldend kunstenaars Kim van Erven en Margriet Breevoort kregen, nadat ze op Fort Ruigenhoek stonden, aanvragen van tentoonstellingen elders in het land. Van Erven kreeg een beurs van het Mondriaan Fonds. Theatermakers Anneke Sluiters en Wies Fest zijn, na een aantal jaar ondersteuning door Tweetakt, als theatermaker toegetreden tot respectievelijk De Warme Winkel en Likeminds.

De komende jaren (vanaf 2017) ondersteunen we o.a. de Utrechtse jonge makers en kunstenaars Jelte Heringa (conservatorium Utrecht), Birgit Welink/das Lemniscaat (acteursopleiding HKU), Lana Čoporda (ArtEZ/Arnhem), Danbee Choi en Ismail Tan (beide kunstopleiding HKU).

Elk jaar maken vernieuwende, gerenommeerde (jeugd)theatermakers die regelmatig op Tweetakt staan, een voorstelling met HKU studenten van de acteursopleiding en theatervormgeving. Theaterduo YoungGangsters maakte eerder met studenten een filmische slapstick-voorstelling op locatie, en de Vlaamse dans theatermaker Arend Pinoy een absurdistisch stuk over de beste willen zijn. Vorig jaar begeleidde de jonge theatermaker Wies Fest, die twee jaar achtereenvolgend op uitnodiging van Tweetakt een eigen productie maakte, derdejaars acteerstudenten in een voorstelling vol brutale, intieme solo's over hun ervaringen met (mislukte) liefdesrelaties. Voor het festival van 2016 hebben we hiervoor Jef Van gestel gevraagd, die op Tweetakt 2015 veel succes had met de voorstelling *Voetbal op hoge hakken*, een vrolijke omkering van vrouwelijke en mannelijke rolpatronen en over homoseksualiteit, en *DaDaKaka*, een dadaïstische avond voor kinderen. De komende jaren wordt deze samenwerking met de acteursopleiding voortgezet. In 2017 wordt Lies Pauwels (regisseur van *Het Hamiltoncomplex*) gevraagd met de acteurs van de HKU een voorstelling te maken.

#### **Aandacht voor gerenommeerde Nederlandse gezelschappen**

Tweetakt is doorlopend in gesprek met de gerenommeerde jeugdgezelschappen in Nederland, en selecteert hun meest vernieuwende of spraakmakende producties uit het afgelopen seizoen en de projecten van deze gezelschappen met jonge makers. Een groep waar artistiek veel interessants gebeurt krijgt extra ruimte, zoals vorig jaar de regies van Jetse Batelaan bij Theater Artemis. Daarnaast presenteren we elke editie een voorstelling van een gezelschap op een bijzondere locatie; vorig jaar stond *Voorjaarsoffer* van Maas theater en dans in een omgebouwde Paardenkathedraal. In 2016 nestelt een nieuwe coproductie van Theater Artemis met De Warme Winkel zich in een Utrechtse middelbare school en in 2017 doet de voorstelling *Lord of the Flies* van NTjong dit in een loods. Met de Utrechtse gezelschappen Het Filiaal theatermakers, DOX en De Dansers werkt Tweetakt nauw samen.

#### **Inhoudelijke impulsen aan het veld op het gebied van kleutertheater, jeugddans en muziektheater**

Tweetakt geeft extra aandacht aan de theaterdisciplines waarin weinig artistiek vernieuwends voor kinderen gebeurt. Voor de allerkleinsten bestaat er voornamelijk beeldend kijktheater, terwijl zij ook behoefte hebben aan aanraken, ervaren en meedoen. Met de Spaanse interactieve video-installatie *Sensacional* voor de allerkleinsten stimuleerde Tweetakt in 2014 een vernieuwende, op ervaring gerichte omgang met dit jongste publiek. In 2016 gebeurt dat in *Wolkenträume* (2+) door het Weense gezelschap Dschungel.

Een ander aandachtsgebied van Tweetakt is dans voor jongeren en kinderen: de op straatdans gebaseerde choreografieën van DOX en Erik Kaiel met thema's als aantrekkingskracht, fysieke schaamte en groepsgedrag, hebben veel ruimte in het programma gekregen. In 2015 kreeg de jonge choreografe Lana Čoporda een opdracht van Tweetakt voor een interactieve kleuterdansproductie. In 2017 zal ze opnieuw een kleuterdansproductie maken onder begeleiding van Erik Kaiel.

Eigen producties van Tweetakt die vernieuwend muziektheater stimuleerden waren de interactieve video-installatie van documentairemaker Anneke de Lind van Wijngaarden met singer/songwriter Harm Goslink Kuiper (*Alleen voor meisjes*) en de beeldende muziekproductie *GRRRRROENTEN* voor kleuters van componist en theatermaker Jelte Heringa, die komend jaar op tournee gaat. In 2016 en 2017 zal Jelte opnieuw in opdracht van Tweetakt muziektheaterproducties ontwikkelen.

### **Vernieuwend internationaal programma**

Uit het internationale aanbod haalt Tweetakt elk jaar vernieuwende jeugdproducties naar Nederland, die een voorbeeldfunctie hebben voor Nederlandse makers. Voorstellingen waarin kinderen een bijzondere rol vervullen, die op een innovatieve manier interactief zijn of die actuele kwesties lichtvoetig en toch serieus voor kinderen vertalen, zoals *La Republica dei Bambini* uit Italië over politiek, of de Duitse dansvoorstelling *TRASHedy*, waarin met dans en animatie oplossingen werden bedacht voor de milieuvervuiling. Een greep uit bijzondere buitenlandse producties: de Zweedse theatermaker Robin Johnson toonde op Tweetakt een choreografie op basis van bewegingen van computerspelfiguren en een horror-performance in de krochten van Fort Ruigenhoek. De Slovaakse choreograaf Anton Lachky kwam naar het festival met virtuoze fysieke slapstick op basis van contactimprovisatie en de Franse beeldend kunstenaar/performer Philippe Quesne toonde meerdere edities zijn aanstekelijk vrij vormige, fantasierijke, filmische en beeldend theater. De Oostenrijker Simon Mayer verrast in 2016 het publiek met zijn woeste combinatie van jodelen, volksdans en hedendaagse dans.

Het voornemen dat Tweetakt in het vorige beleidsplan formuleerde om meer grootschalige buitenlandse producties naar Utrecht te halen, bleek niet haalbaar. Het was moeilijk om voorstellingen te vinden die grootschaligheid combineren met artistieke kwaliteit, en het financiële risico voor grote internationale producties bleek ook te groot. In plaats daarvan heeft het festival zich gericht op meerdere buitenlandse producties per festival voor de middelgrote zaal.

### **Professionele producties met kinderen op het toneel**

Tweetakt presenteert jaarlijks bijzondere (buitenlandse) theater- en dansproducties waarin kinderen een hoofdrol spelen, een van de mooiste manieren om een jong publiek bij kunst te betrekken. Uit Zweden kwam in 2015 bijvoorbeeld *De Jury*, waarbij gefilmde kinderen commentaar en verbeter suggesties geven op de live-choreografie. Vlaamse theatermakers die kinderen op een verbazingwekkend hoog niveau laten performen - de dansgroep Kabinet K, theatergroepen Kopergieterij, Tuning People en *fABULEUS* - staan stevast op Tweetakt. Vorig jaar bracht *fABULEUS* bijvoorbeeld *Liefdesverklaring*, een sterke jongerenversie van Peter Handke's *Publikumsbeschimpfung*, en op een eerdere editie toonde Tuning People in samenwerking met *fABULEUS* de conceptuele performance *dUb*, waarin kinderen een ingenieus spel speelden met handelingen die door een stem op een band werden voorgeschreven.

In 2017 coproduceert Tweetakt samen met HETPALEIS (Antwerpen) en Kopergieterij (Gent) een kinderversie van hun voor volwassenen gemaakte voorstelling *Berlin Berlin*, een levende installatie met Belgische en Utrechtse kinderen als vertellers van persoonlijke verhalen.

### **Bijzondere projecten voor volwassenen toegankelijk gemaakt voor jongeren**

Tweetakt presenteert voorstellingen uit het volwassenencircuit aan een kinder- en jongerenpubliek, zoals de spullenperformances van Benjamin Verdonck. De tentoonstelling op Fort Ruigenhoek bevat kunstfilms (vorig jaar bijvoorbeeld twee van de jonge beeldend kunstenaar Johan Rijpma) die niet speciaal voor kinderen zijn gemaakt. Daarnaast nodigen we elk jaar bekende popmuzikanten uit om in de grote zaal van de Stadsschouwburg een zogenaamd 'familieconcert' te geven, zoals Lucky Fonz III en de leadzangers van Roosbeef en De Staat dat hebben gedaan. In 2016 presenteert Tweetakt een bijzonder concert met Surinaamse muzikanten van verschillende generaties (*Surinaams Goud*), met o.a. Kenny B, Sabrina Starke, Trafassi, Oscar Harris, SMBG, Bokoeram, Ronnie Flex en Keizer.

### **Jeugd aanbod en culturele diversiteit**

De culturele diversiteit van het Utrechtse publiek kan in het aanbod van Tweetakt prominenter terugkomen, maar dat moet wel samen gaan met artistieke innovatie. De afgelopen jaren gebeurde dat bijvoorbeeld bij *Solid Gold + Julie* van de Brusselse choreografe Ula Sickle: persoonlijke solo's van twee jonge dansers uit Congo met een zinnelijk gebruik van technologie, of bij de bijzondere eigen Tweetakt-producties van Phi Nguyen over 'anders zijn'. De vorige editie van Tweetakt had al een steviger aanbod: de Vlaming Haider al Timimi bracht een solo over zijn eigen afkomst en een productie over en met zigeunerkinderen, en Fahd Lahrzaoui speelde zijn coming-out solo *Schijn* voor het eerst voor een jongerenpubliek. Voor de komende edities zoeken we bewust naar een groter aantal bijzondere projecten over de multiculturele samenleving. Zo toont de pas afgestudeerde HKU-student Yamill Jones een solo over Zwarte Piet, twee Brusselse actrices met Afrikaanse roots vertellen over hun leven in *Dit-moi wie ik ben* en Hugo Dehaes (*fABULEUS*) komt in 2017 met een choreografie door jongeren met verschillende culturele achtergronden.

### **Coöperatieve Theatertalent Utrecht U.A.**

Samen met partners in de stad heeft Tweetakt de Coöperatieve Theatertalent Utrecht U.A. opgericht; bestaande uit Het Huis Utrecht, Theater Utrecht, Het Filiaal theatermakers, WIJZIJNDOX, SPRING en Tweetakt en wordt ondersteund door de HKU. Voor Tweetakt is dit een zinvolle aanvulling op de bestaande activiteiten op het gebied van talentontwikkeling. Het project biedt door het bundelen van krachten en expertise de mogelijkheid nieuwe, jonge (Utrechtse) talenten continuïteit te bieden. Het Huis Utrecht heeft (ook op facilitair gebied) een spilfunctie in dit project.

### **EDUCATIEVE PROJECTEN:**

#### **Kinderen openen het festival**

Via kijken én deelnemen biedt Tweetakt een jong publiek allerlei mogelijkheden om toegang te krijgen tot de (podium)kunst. Dat begint - letterlijk - bij de opening van het festival, die buiten op de Neude wordt uitgevoerd door schoolkinderen. Samen met studenten Culturele en Maatschappelijke Vorming van de Hogeschool Utrecht en van het Utrechtse Creative College (ROC) studeren ze een choreografie in van een professionele dansmaker.

#### **Bezoek scholen en workshops**

Het festival heeft de afgelopen jaren een breed netwerk opgebouwd van scholen die het festival bezoeken, actief meedenken en enthousiast zijn over de originele (podium)kunst die het festival voor hun leerlingen selecteert. Voor alle leeftijdsgroepen in het voortgezet en basisonderwijs (in totaal 4000), waaronder veel kinderen en jongeren die nog niet eerder met kunst in aanraking zijn gekomen, heeft Tweetakt de afgelopen jaren aparte programma's ontworpen. Ook hierbij werken we met studenten kunsteducatie van de HKU en het MBO. Bij de voor- en nagesprekken staat contact en meedenken met de makers voorop, bij de workshops het stimuleren van de eigen creativiteit en het plezier in kunst maken of bedenken. Voor het beeldende kunstprogramma op Fort Ruigenhoek wordt de mogelijkheid geboden om vooraf en ter plekke een workshop te volgen, geïnspireerd door de kunstwerken. Het festival produceert ook korte documentaires waarin een kunstenaar of theatermaker zichzelf voorstelt, een effectieve vorm om leerlingen bij de kunst te betrekken. Deze minidocumentaires fungeren - op de website van Tweetakt en in het festivalcentrum - tegelijk als publiekstrekker.

#### **Professionele kunstenaars werken met kinderen en jongeren**

Elk jaar omvat het festivalprogramma schoolprojecten en 'wedstrijden' met een open inschrijving waarbij jonge amateurs samenwerken met professionele kunstenaars die op het festival staan, zoals rappers (Sticks, Fresku en Typhoon), popmuzikanten (Marien Dorleijn) of theatermakers (Sanne Vogel). In opdracht van Tweetakt ontwikkelde de jonge choreografe Lana Čoporda een workshop voor in de kleuterklas, ter voorbereiding op haar kleuterdansvoorstelling. In 2016 doet zij dat opnieuw. Afgelopen jaar creëerde een Utrechtse schoolklas op uitnodiging van Jochem van Grieken een verzameling 'nutteloze uitvindingen' die samen met zijn 'nutteloze kunstwerken' op Fort Ruigenhoek werden geëxposeerd. De komende jaren gaat Tweetakt deze workshops en talentprojecten uitbreiden naar andere disciplines als muziektheater en cabaret.

Sinds 2015 presenteert Tweetakt *De Beste Nederlandse/Belgische Danssolo*. Na een open inschrijving selecteert het festival een tiental bewegings- en performancesolo's die nadrukkelijk variëren in niveau en vorm, gemaakt door jonge artiesten die naar de presentatie-avond toe begeleid worden door professionals en beoordeeld

worden door een professionele jury. De avond zelf biedt een breed zicht op wat een danssolo kan zijn: een meisje met Downsyndroom dat samen met haar moeder een choreografie heeft ingestudeerd staat naast een moderne dans van een semi-prof. De winnaar van vorig jaar (de in circustechnieken geschoolde amateur Piet van Dycke) mag voor het volgende festival onder professionele begeleiding van choreograaf Randi de Vlieghe (Fabuleus) een eigen (korte) voorstelling maken.

Om jongeren bij het festival te betrekken, laat Tweetakt elk jaar scholieren, begeleid door het festival, zelf het concept en de programmering van een muziekaftend met professionele optredens bedenken. Het afgelopen jaar resulteerde dat in een bijzondere heavy metal-avond in het minitheater op de Neude. MBO-studenten van het Utrechtse Creative College en de Utrechtse Herman Brood Academie organiseren elk jaar een dansbattle op de Neude. In 2016 en 2017 organiseren we een singer/songwriter marathon op de Neude waaraan zowel professionele artiesten deelnemen als ongeschoolde jonge talenten (kinderen en jongeren).

## **SAMENVATTING PLANNEN VOOR 2017-2020**

### **Tweetakt gaat door met:**

- Het presenteren van spraakmakend of vernieuwend werk en speciale locatieprojecten van gerenommeerde en jonge Nederlandse jeugdgezelschappen.
- Het presenteren van internationale en vernieuwende, innovatieve jeugdproducties die een voorbeeldfunctie hebben voor Nederlandse makers.
- Het produceren, ondersteunen en tonen van jonge (Utrechtse) theatermakers.
- Het produceren van beeldende-kunstprojecten voor kinderen door kunstenaars en het programmeren van kunstprojecten die aansluiten bij kinderen, zowel op Fort Ruigenhoek als in het centrum van Utrecht.
- Het tonen van projecten van jonge (afgestudeerde of nog studerende) beeldende kunstenaars en theatermakers, in nauwe samenwerking met landelijke kunstvakopleidingen voor beeldende kunst, spel, regie, dans, games en interaction.
- Het extra stimuleren en ondersteunen van innovatief kleutertheater, jeugddans en jeugdmuziektheaterproducties.
- Het opzetten van talentprojecten met kinderen en jongeren in samenwerking met professionele kunstenaars in meerdere disciplines.
- Het tonen van bijzondere projecten (voor volwassenen gemaakt) aan kinderen en jongeren.
- Het opzetten en uitvoeren van educatieve projecten op en voor scholen, in samenwerking met kunstenaars en studenten educatie van Utrechtse opleidingen.
- Het coproduceren met Stadsschouwburg Utrecht.

### **Nieuwe plannen:**

- Samenwerken en coproduceren met HETPALEIS (Antwerpen), Kopergietery (Gent), *fABULEUS* (Leuven) en Dansateliers (Rotterdam) op het gebied van theater en dans en met het Cinelab van filmfestival Cinekid op het gebied van games, installaties en spellen voor randprogrammering.
- Het presenteren van theater- en dansproducties op Fort Ruigenhoek.
- Voorstellingen presenteren bij en in samenwerking met Podium Hoge Woerd in Leidsche Rijn.
- Het onderzoeken van de mogelijkheid om (educatie/muziek) voorstellingen te presenteren in samenwerking met EKKO en in samenwerking met RASA.
- In samenwerking met andere producerende instellingen het Coöperatieve Theatertalent Utrecht U.A. van de grond tillen.
- In samenwerking met Stadsschouwburg Utrecht schoolvoorstellingen programmeren.
- Het uitbreiden van educatieve projecten met professionele kunstenaars naar muziektheater en cabaret.
- Meer bijzondere projecten over de multiculturele samenleving opzetten om meer aandacht te geven aan culturele diversiteit.
- Om de aansluiting van Tweetakt bij de jaarlijkse jeugdtheaterprijzen te verstevigen, beginnen we vanaf 2016 in samenwerking met de VSCD-jury voor de Gouden en Zilveren Krekels met het opzetten van een speciaal inhoudelijk programmagedeelte rondom een thema waarin meer genomineerde voorstellingen van reguliere gezelschappen een plek kunnen krijgen.

### 3. BIJDRAGE AAN DE ONTWIKKELING VAN DE PODIUMKUNSTEN

Tweetakt toont met haar programmering en eigen producties nieuwe ontwikkelingen in de jeugd(podium)kunst. Aan alle onderdelen van het programma worden dezelfde kwaliteitseisen gesteld: er moet onderzoeksdrang uit spreken maar de communicatie naar het jonge publiek moet glashelder zijn. In die zin streeft Tweetakt ernaar om artistiek richtinggevend te zijn. Uit het buitenland worden voorstellingen gehaald die zich op een vernieuwende manier tot kinderen richten. Uit het buitenland komen ook producties waarin kinderen op een naar Nederlandse begrippen ongekend hoog artistiek niveau participeren. Uit het reguliere seizoenaanbod van de gevestigde gezelschappen worden producties geselecteerd die inhoudelijk en artistiek uitzonderlijk zijn, bijzondere locatievoorstellingen en producties waarin jong talent de ruimte krijgt. Jonge kunstenaars – afgestudeerd en nog studierend aan diverse theater- en kunstopleidingen – krijgen in het programma van Tweetakt ruim baan. Zij kunnen zich tonen aan het festivalpubliek, kunnen zich meten aan de gevestigde namen waar ze naast staan, en aan het oordeel van de (vak)pers en de (internationale) programmeurs.

Een internationaal gastenprogramma presenteert een selectie van het Tweetakt-programma aan buitenlandse programmeurs, waar regelmatig buitenlandse tournees uit voortkomen.

Jaarlijks organiseert Tweetakt speeddates tussen jonge kunstenaars en programmeurs, en debatten in samenwerking met de jury van de Gouden en Zilveren Krekels over een thema dat terugkomt in een aantal producties uit het programma. Dit jaar (2016) is dat een middag met gasten over theater waarin kinderen en jongeren centraal staan die ‘anders zijn’.

Met haar veelvormige programmamogelijkheden, de eigen producties en de veelzijdige educatieve projecten biedt Tweetakt een ‘keten’ waarin jonge kunstenaars hun professionele praktijk kunnen ontwikkelen en beginnende toeschouwers via kijken en meedoen hun kunstervaring kunnen verdiepen. Tweetakt zoekt steeds nieuwe manieren om amateurs, in samenwerking met professionele kunstenaars, de weg naar het toneel te laten vinden, bijvoorbeeld door in de eigen producties kunstenaars te vragen om nieuwe theatervormen voor een kinderpúblic te ontwikkelen en door professionele (podium)kunstenaars te stimuleren om projecten te ontwikkelen waarbij educatie samengaat met de uitwerking van een artistiek concept. Binnen de festivalvorm passen producties die in het reguliere circuit niet makkelijk te plaatsen zijn, zoals korte voorstellingen, performances en installaties, die een onervaren publiek makkelijker aanspreken. Het drukbezochte en doorlopend geprogrammeerde minitheater op de Neude is een publieksplek waar (jonge) theatermakers op kleine schaal kunnen experimenteren en makkelijk in contact komen met jeugdtheaterpubliek. Het festival werkt als een uitnodiging voor podiumkunstenaars om (óók) werk voor een jong publiek te maken, en daarin hun eigen kunnen en hun podiumdiscipline te ontwikkelen.

Tweetakt versterkt de kwaliteit en het imago van het de jeugd(podium)kunst, door:

- een selectie te tonen van de jeugd(podium)kunst van hoge kwaliteit.
- volwassen makers te verleiden om producties voor de jeugd te maken.
- samen te werken met (landelijke) theateropleidingen waardoor aankomende acteurs en maker geïnteresseerd raken in jeugdtheater.
- jonge talenten te stimuleren door hen te programmeren en opdrachten te geven.
- samenwerking tussen makers uit verschillende kunstdisciplines te stimuleren.
- volwassenen-aanbod dat daarvoor geschikt is, voor kinderen of jongeren te ontsluiten.
- Nederlandse makers toegang te bieden tot internationale tournees



#### 4. PLAATS IN HET VELD

Tweetakt is het grootste multidisciplinaire jeugdkunstenfestival van Nederland. Het is uitnodigend naar het Utrechtse publiek en verankerd in de stad, maar heeft ook een landelijke uitstraling en trekt veel bezoekers van buiten Utrecht, waaronder (internationale) vakspecialisten en landelijke critici. Het festival doet recht aan de vooraanstaande positie die het Nederlandse jeugdtheater in het buitenland heeft; de tientallen buitenlandse programmeurs die elk jaar Tweetakt bezoeken en een zorgvuldig programma van gevestigd en nieuw talent krijgen voorgelegd, bevestigen dit. Tweetakt heeft een artistiek hoogwaardige internationale programmering, met werk van Utrechtse, nationale én internationale makers uit het jeugdcircuit.

Specifiek aan Tweetakt is de nadruk op vernieuwing in de jeugdpodiumkunsten: het festival stimuleert (podium)kunstenaars om hun vakmanschap te paren aan originaliteit en vormonderzoek, en daarin aansluiting te zoeken bij de (multimediale) belevingswereld van hedendaagse kinderen. Aan podiumgenres waarin artistiek weinig vernieuwends gebeurt, zoals muziektheater voor kinderen, kleutertheater en jeugddans, besteedt Tweetakt extra aandacht.

Uniek aan Tweetakt is de combinatie van podiumkunst, muziek en beeldende kunst voor alle leeftijden, van jong tot oud, in één programma. Het festival onderscheidt zich van andere landelijke festivals als Boulevard en Noorderzon door haar exclusieve focus op programmering voor de jeugd als kernprogrammering. Andere festivals richten zich op een specifieke doelgroep: zoals De Betovering in Den Haag op de jeugd en Jonge Harten theaterfestival op jongeren en 2 Turven Hoog op allerkleinsten (0-6 jaar).

Het veelvormige, multidisciplinaire aanbod voor alle leeftijden van Tweetakt stimuleert makers om over de grenzen van de traditionele genres heen te kijken. Het toegankelijke, feestelijke karakter van het festival en de selectie van de programmaonderdelen, waarbij helderheid en directe communicatie met het jongere publiek voorop staat, haalt het vooroordeel dat kunst ingewikkeld is, onderuit. Voorstellingen die in het reguliere circuit moeilijk te plaatsen zijn - performances met objecten, interactieve video-installaties voor kleuters, een houtje-touwtje-parodie op een horrorfilm - vinden op Tweetakt vanzelfsprekend een (vaak enthousiast) publiek.

Tweetakt werkt nauw samen met een groot aantal instellingen in en buiten de stad. Zo is er regulier contact met de landelijke jeugdtheatergezelschappen over hun aanbod en projecten die eventueel voor het festival geschikt zijn en die aansluiten op de thema's van de debatten die het festival organiseert. Ook met het basis- en voortgezet onderwijs uit de stad en provincie Utrecht heeft het festival een breed netwerk opgebouwd. Docenten van scholieren die Tweetakt jaarlijks bezoeken, prijzen regelmatig de verrassende voorstellingen waar hun leerlingen mee in aanraking komen. Voor de educatieve programma's werkt het festival samen met studenten Kunsteducatie van de Hogeschool Utrecht (CMV), de Herman Brood Academie en het Creative College. Bij het programmeren en produceren van jonge makers en kunststudenten wordt bovendien samenwerking gezocht met Utrechtse en landelijke vakopleidingen. Voor de overige samenwerkingsverbanden, zie hoofdstuk 6 Spreiding.

## 5. ONDERNEMERSCHAP

### Korte terugblik

Tweetakt heeft de afgelopen jaren effectieve maatregelen genomen om de eigen inkomsten te vergroten:

- Verruiming van de festivalperiode naar 17 dagen, inclusief drie weekenden.
- Samenvoeging van Tweetakt en Kaap.
- Investering in een aantrekkelijk festivalcentrum met een uitgebreide programmering.
- Uitbreiding activiteiten gerelateerd aan horeca.
- Investering in sponsoring en partnerships met bedrijfsleven.
- Kostenbesparing door hergebruik bebouwing festivalhart en eigen mobiele theater.

De jaarlijkse groei van de private middelen is gerealiseerd door hogere inkomsten uit kaartverkoop, horeca en sponsoring, en door verhuur van materialen aan derden. Sinds Tweetakt in 2013 de horeca in eigen beheer heeft genomen, zijn de inkomsten hieruit gestegen van €80.485 in 2013 naar €127.994 in 2015. Er is geïnvesteerd in een vaste medewerker sponsoring met ervaring in het bedrijfsleven en NGO's. Drie vaste sponsoren uit de zakelijke markt zijn inmiddels een aantal jaar aan het festival verbonden: Brandmeester's, Bavaria en Pieter Smit. De sponsorinkomsten stegen de afgelopen jaren fors: van €84.664 in 2013 naar €148.483 in 2015; (een stijging van 75% ten opzichte van 2013).

De publieksinkomsten (horeca en kaartverkoop) zijn in drie jaar gestegen van €134.233 in 2013 naar €197.571 in 2015. De kaartverkoopinkomsten van Tweetakt zijn lager ten opzichte van andere festivals die hoofdzakelijk gericht zijn op volwassenen. Dat komt doordat de toegangsprijzen voor een jeugdpubliek aanzienlijk lager liggen. De opbrengsten van de horeca compenseren echter deels de lage kaartverkoopinkomsten, waardoor de totale publieksinkomsten zijn gestegen.

### Plannen 2017-2020 – eigen inkomsten vergroten

Tweetakt plukt de komende jaren de vruchten van alle duurzame investeringen die de afgelopen jaren gedaan zijn in de horeca, sponsoring en infrastructuur. Voor de periode 2017-2020 zal Tweetakt de ingezette koers handhaven om de eigen inkomsten verder te vergroten.

#### *Investering in sponsoring en partnerships*

Tweetakt ziet kansen om de sponsorinkomsten de komende jaren verder te verhogen. Insteek is om meer en nieuwe langdurige partnerships op maat te realiseren, met name uit de horeca en het MKB. Nu de merken Tweetakt en Kaap geïntegreerd zijn, is de branding voor potentiële partners duidelijker en aantrekkelijker. Naast sponsoring in natura (in horeca, techniek, faciliteiten en marketing) draagt een aantal bedrijven financieel bij (zoals Bavaria). Ons focus voor de komende periode ligt ook op het realiseren van relatiebijeenvakkomsten op het festival. De afgelopen jaren hebben we daar veel ervaring in opgedaan. Er vonden bijeenkomsten plaats van o.a. CMS Derks Star Busmann, de Rotary, Dresscode (netwerk van vrouwen), Groot Utrecht (netwerk van de grootste bedrijven uit Utrecht), Nefkens (Peugeot), ABN AMRO.

#### *Investering in coproducties en tournees van eigen producties*

De geplande coproducties met een aantal Vlaamse theaters en gezelschappen, Dansateliers uit Rotterdam, de HKU en Stadsschouwburg Utrecht leveren bijdragen aan de eigen inkomsten op. Daarnaast streeft Tweetakt ernaar om met de eigen producties op tournee te gaan, wat ook eigen inkomsten oplevert.

#### *Verbetering en investering in infrastructuur*

Omdat Tweetakt de afgelopen jaren heeft geïnvesteerd in een duurzaam festivalcentrum (een houten cowboydorp met horeca- en presentatiehuisjes en minitheater), een mobiel theater en in duurzame speelobjecten voor op Fort Ruigenhoek (reuzensjoelbakken, skelters e.d.) kan de komende jaren worden bespaard op huurkosten. Het mobiele theater (de Trekkershuur), waarin volwaardige voorstellingen worden gepresenteerd, staat eerst op de Neude en verhuist daarna naar Fort Ruigenhoek. De verhuur van podia en speelobjecten levert de rest van het jaar inkomsten op. In 2016 wordt een zweefmolen aangeschaft, een gewild object om te verhuren. De speelobjecten en zweefmolen zijn ook van invloed op de horecaomzet, omdat ze uitnodigen tot langer verblijf op de Neude en op het Fort.

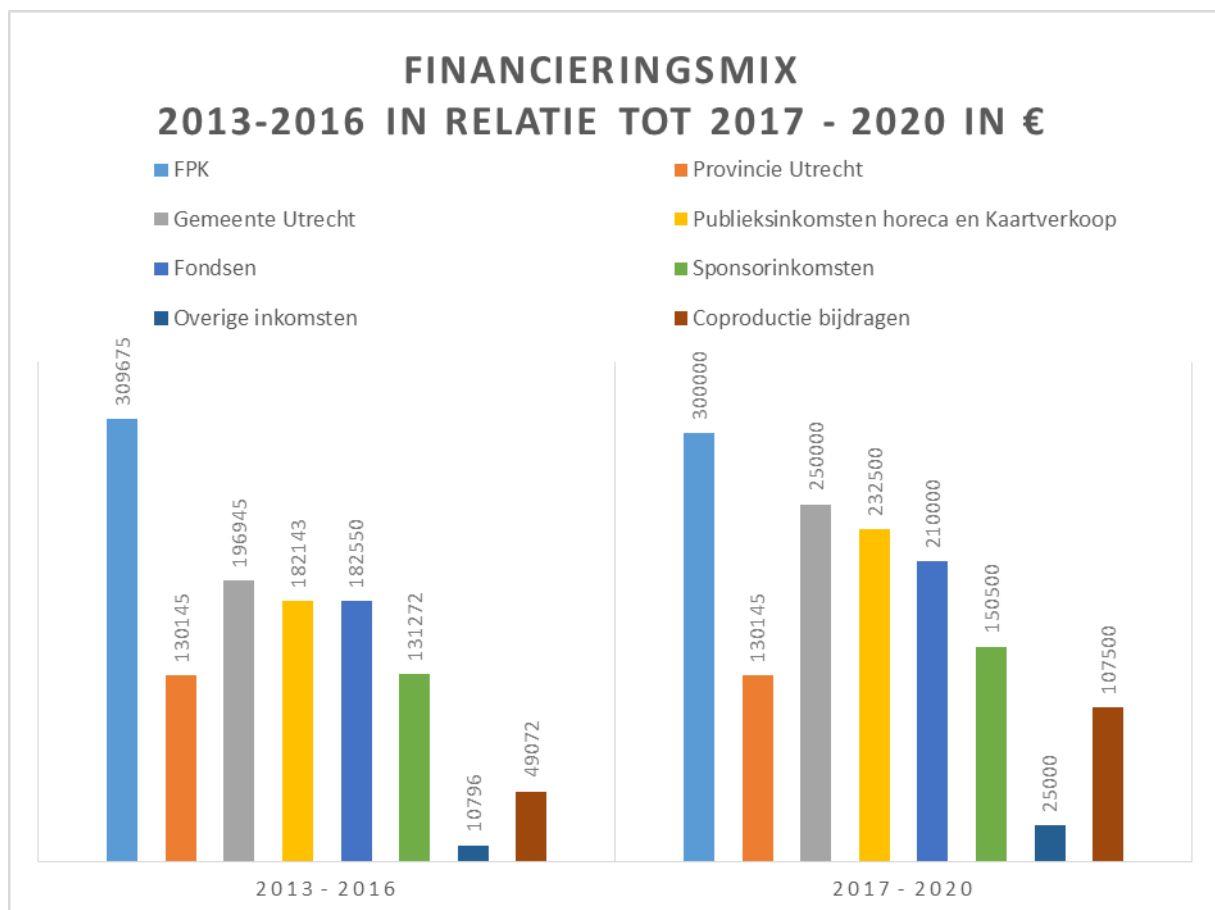
### Verbetering en investering in horeca-activiteiten

Het stadsrestaurant van Tweetakt op de Neude, het eetcafé op Fort Ruigenhoek, de poffertjes-, pizza- en friteskramen zijn belangrijk voor de sfeer en de toegankelijke uitstraling van het festival. Tweetakt zal deze horeca-activiteiten jaarlijks verder verbeteren en krijgt hierbij advies van een externe horeca-professional. Door de investeringen van de afgelopen jaren in aanschaf van eigen materialen zoals een pizza-oven, poffertjesapparaat en frituur kan de komende jaren aan huurkosten worden bespaard; ook levert het extra inkomsten op door verhuur aan derden na afloop van het festival. Meer (gratis) special events in samenwerking met (nieuwe) horecpartners, zoals het succesvolle Brandmeester's Koffieconcert en de Bavaria BBQ-avond in 2015, moeten extra publiek en inkomsten genereren.

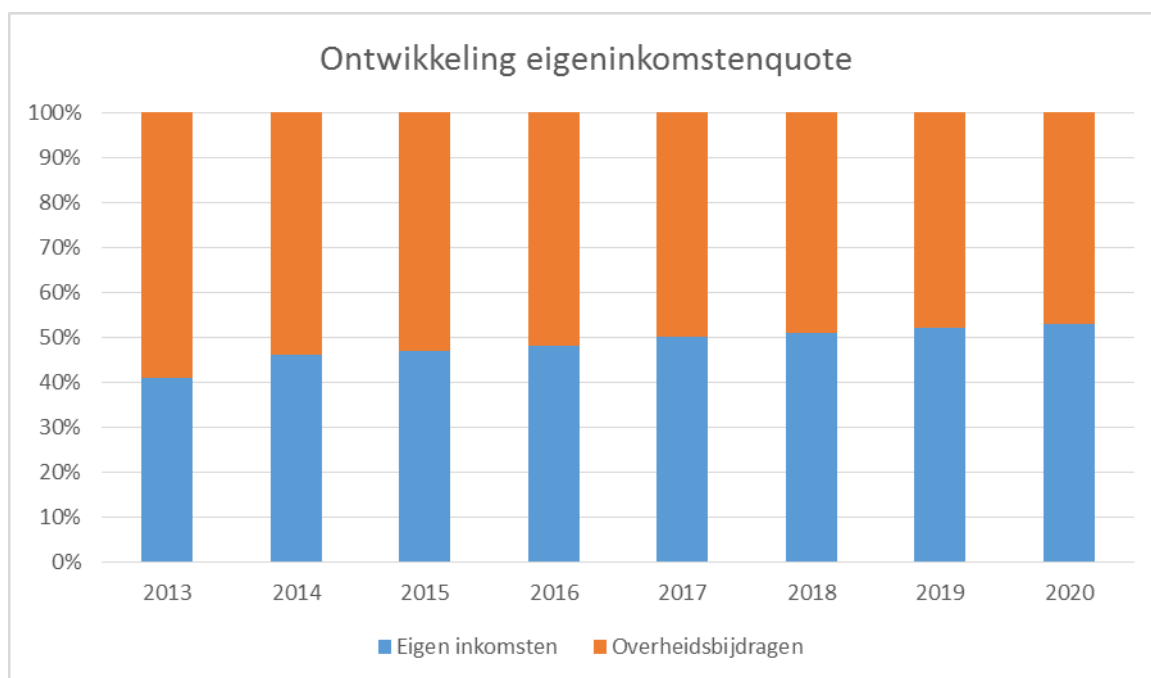
### Kennis over bedrijfsvoering gewaarborgd

De kennis over bedrijfsvoering binnen Tweetakt wordt geborgd o.a. door het vastleggen van de processen, plannings en taakomschrijvingen van verschillende afdelingen binnen de organisatie. Dit gaat om de afdelingen publiciteit, financiën, kaartverkoop, productie, educatie, logistiek en programmering. Daarnaast wordt een helder en overzichtelijk archief bijgehouden van voorgaande jaren.

### Financieringsmix: 2013 – 2016 in relatie tot 2017 – 2020



De eigen inkomstenquote was in 2013 41%. In 2015 is dit bij Tweetakt gestegen naar 47%. De verwachting is dat dit in 2016 nagenoeg 50% zal zijn. De investeringen die gedaan zijn op het gebied van sponsoring en horeca zullen de komende jaren rendement opleveren. De eigen inkomstenquote voor 2017-2020 komt gemiddeld uit op 52%.



#### Strategie bij tegenvallende inkomsten

Voorafgaand aan iedere festivaleditie wordt een risicoanalyse gemaakt (zoals tegenvallende publieksinkomsten bij slecht weer), die in de begroting wordt verwerkt. Sponsorbijdragen worden pas ingezet als er definitieve afspraken zijn. Om tegenvallers op te kunnen vangen is het van belang om over een substantiële risicoreserve te beschikken. Ons streven is 10% van de omzet van Stichting Storm. De afgelopen jaren hebben we dat reserve inderdaad opgebouwd.

#### Bestuur en organisatie

Tweetakt wordt georganiseerd door Stichting Storm. De dagelijkse leiding berust bij bestuurder/directeur Petra Blok, die financieel en artistiek verantwoordelijk is. Een kleine flexibele kernorganisatie (12 maanden, totaal 3,5 fte) is verantwoordelijk voor programma, organisatie, financieel beheer, PR/marketing en educatie. Deze wordt ondersteund door een jaarlijkse projectorganisatie die het festival produceert en het gekozen beleid uitvoert (in totaal 2,6 fte). Binnen de organisatie heerst sterke samenwerkingsgerichtheid. Voor de beloning van medewerkers en freelancers wordt de CAO Theater als richtlijn aangehouden. Binnen de organisatie zijn er geen personeelsleden die boven de zogenoemde grens van de WNT-norm vallen. Daarnaast werkt Tweetakt nauw samen met adviseurs op het gebied van theater, beeldende kunst, muziek en games.

#### Raad van Toezicht

Stichting Storm hanteert het Raad van Toezicht model. De Raad van Toezicht bestaat uit: Kees Weeda (voorzitter), Marijke Overbeek, Karen Anne Hüpler-Hebben en Ronald Venrooij. De Raad van Toezicht komt vier keer per jaar bij elkaar, heeft primair een toezichthoudende en adviserende functie en ontvangt geen vergoeding voor haar diensten.

#### ANBI

Stichting Storm is gerangschikt als culturele ANBI door de Belastingdienst.

#### Governance Code Cultuur

De uitgangspunten uit de code Cultural Governance worden door de Raad van Toezicht in acht genomen.

#### Code Culturele Diversiteit

De organisatie is overwegend blank en vrouw. Het verdient energie en aandacht er voor te zorgen dat de samenstelling van het team een meer representatieve afspiegeling gaat vormen van de samenleving. De culturele diversiteit weerspiegelt zich wel bij de 200 vrijwilligers (maatschappelijke stagiaires) die bij het festival werkzaam zijn.

## **5b. PUBLIEKSBEREIK EN -ONTWIKKELING**

*“Het is zo'n gemakkelijke slogan: een festival voor 0 tot 100 jaar. Het eigengereide Tweetakt maakt het serieus waar. Tijdens de opening van dit jaarlijkse, internationale festival voor alle vormen van jeugdcultuur, kwamen op één dag zowel kinderen, tieners en jongeren aan hun trekken, als waggelende peuters en breekbare bejaarden.” \*\*\*\* de Volkskrant, maart 2015*

### **Visie en uitgangspunten**

Tweetakt weet met de aantrekkelijke programmering en de verbinding met educatie en participatie een grote diversiteit aan doelgroepen aan zich te binden: kinderen in school- en familieverband, jongeren, studenten, starters en oudere cultuurliefhebbers. Tweetakt richt zich ook op kinderen (en via hen de ouders) die van huis uit niet zo snel naar theater gaan. We stemmen ons programma en onze communicatie daarop af en ontwikkelen speciale projecten om deze doelgroepen te betrekken.

### **Publieksgroei**

De meerwaarde van de vervlechting van Tweetakt en Kaap is af te lezen aan het publieksbereik, dat gegroeid is van ruim 26.000 in 2012 naar een kleine 35.000 in 2015 (waarvan ongeveer de helft betalend – de andere helft zijn geklikte bezoekers van de gratis activiteiten). Tweetakt heeft een trouw publiek (45% bezocht het festival in 2015 voor de derde keer of vaker; voor 19% was het de tweede keer); daarnaast trekt het elk jaar ook nieuwe bezoekers (in 2015 36% nieuw publiek).

### **Doelgroepgerichte marketing met CRM**

Afgelopen tijd is geïnvesteerd in een CRM systeem en methodiek, gekoppeld aan de kaartverkoop- en mailprogramma's, waarbij Tweetakt extern advies heeft gekregen. Het was een complexe en tijdrovende exercitie, maar met deze nieuwe kennis en werkbare systemen kan Tweetakt de komende jaren met een doelgroepgerichte marketing haar publieksbereik verder vergroten. De kennis en systemen zijn bovendien goed overdraagbaar naar andere festivals.

### **Strategische marketingdoelstellingen**

Tweetakt streeft naar een verdere groei in de publieksaantallen, van 45.500 bezoekers in 2017 naar 48.500 in 2020 en zet daarbij in op merkwaardering en -binding. Dit zijn gemiddeld over de jaren 2017-2020 voor alleen het podiumkunsten-onderdeel 42.000 bezoekers per jaar. Naast het trekken van nieuwe bezoekers (jaarlijks ruim 35% nieuw publiek) wil Tweetakt herhaalbezoek binnen elke editie stimuleren. 55% van de huidige bezoekers bezoekt één voorstelling. Doel: de helft van deze groep bezoekt in 2020 twee voorstellingen. 25% van de huidige bezoekers bezoekt het festival op twee verschillende dagen. Doel: verhogen naar 30% in 2020. Via publieksonderzoek en de *Net Promoter Score* meet Tweetakt de groeipotentie van haar publiek. Het publieksonderzoek wordt net als de afgelopen periode ieder jaar uitgevoerd door een professioneel (onafhankelijk) bedrijf (Talcott). Jaarlijks laten we een bezoekersprofiel aan de hand van het totaal aantal kaartkopers opstellen door een gespecialiseerd bedrijf (Mint Marketing).

### **Doelgroepen**

- Cultuurminnende gezinnen met kinderen tot 18 jaar.
- Studenten en Starters: jonge alleenstaanden en jonge stellen zonder kinderen, van 18-25 jaar.
- Liefhebbers van festivals en cultuur zonder (of met uitwonende) kinderen.
- Individuele bezoekers van 16 - 18 jaar (jongvolwassenen op VO, o.a. via Cultuurkaart).
- Kinderen en jongeren in schoolverband (basis- en voortgezet onderwijs) van 6-16 jaar.
- Speciale doelgroepen: kinderen en jongeren van allochtone afkomst, mensen met een beperking (via samenwerking met 5D).
- Nationale en internationale professionals.
- Secundaire doelgroepen (Brommerclub, pers, relaties, sponsors, subsidiënten, vrijwilligers etc.).

### **Marketingstrategie voor werving en binding**

- Bestaande bezoekers optimaal en op maat bedienen met een persoonlijke 1-op-1 doelgroepgerichte communicatie, m.b.v. een heldere CRM-strategie (koppeling kaartverkoopsysteem, database en mailsysteem waarmee de CRM methodiek volledig kan worden geïntegreerd in de campagnes).

- De insteek van onze online en social media-strategie is: vinden en verbinden. Met content marketing inspelen op wensen en behoeften van bezoekers. Doel daarbij is het beter gidsen en sturen van ons publiek in het uitgebreide Tweetakt aanbod.
- De relatief lange periode van het festival uitbuiten voor stimulering van herhaalbezoek.
- Nieuwe bezoekers gericht verleiden met voor hen relevant aanbod (o.a. via doelgroep flyers, online teasers, filmpjes, special events en gratis activiteiten).
- De zichtbaarheid verder vergroten in de stad Utrecht, rond het Fort bij Groenekan, in de provincie Utrecht én landelijk met een duidelijke branding, een uitgebreide free publicity en mediacampagne en samenwerking in de stad en daarbuiten. Door samenwerking binnen het Utrechts Festival Overleg kunnen de Utrechtse festivals elkaar versterken, zich duidelijker profileren en wordt relevante kennis uitgewisseld.
- Een heldere prijsstrategie met entreprijzen die passen bij de jongere doelgroep. Aanbod van passe-partouts, doelgroep acties (in samenwerking met bijv. CJP), combinatiekortingen voor voorstellingen of locaties en kortingen voor gezinnen om (herhaal)bezoek te stimuleren.

## 6. SPREIDING

Tweetakt is sterk verankerd in de stad Utrecht door haar vele samenwerkingen in de stad, binding met het lokale publiek en laagdrempelige festivalkarakter dat past bij wat de stad wil uitstralen. De focus op een jong publiek sluit naadloos aan bij de vele studenten en gezinnen met kinderen die de stad rijk is. Utrecht heeft bovendien een ruim aanbod aan theateropleidingen en is bij uitstek de stad van jong talent, iets dat Tweetakt ondersteunt en stimuleert met haar aanbod en projecten.

Het historische centrum van de binnenstad, gecombineerd met een bezoek aan het groene Fort Ruigenhoek en een hoogwaardig artistiek programma, spreekt bovendien de buitenlandse professionals die op bezoek komen bij Tweetakt bijzonder aan.

Utrechtse kunstenaars en gezelschappen staan op Tweetakt naast (inter)nationaal bekende kunstenaars en jeugdtheatergroepen. Tweetakt werkt nauw samen met de Utrechtse kunstopleidingen, zet studentenproducties op onder leiding van ervaren jeugdkunstmakers, toont afstudeerproducties en nodigt in Utrecht afgestudeerde kunstenaars uit voor de eigen producties, en helpt daarin jonge Utrechtse (podium)kunstenaars om hun weg in de beroepspraktijk te vinden. Dat geldt voor acteurs, regisseurs en theatervormgevers, maar ook voor beeldende kunstenaars en game-ontwerpers. Jaarlijks toont Tweetakt in het programma op Fort Ruigenhoek het werk van tenminste twee Utrechtse jonge beeldende kunstenaars.

Daarnaast werkt Tweetakt samen met diverse partners in de stad zoals (jeugdtheater)gezelschappen, hotels, de Stadsschouwburg Utrecht en Podium Hoge Woerd in Leidsche Rijn waar we mee coproduceren, andere festivallocaties, het Utrechts Festival Overleg (UFO), het nieuw opgerichte Coöperatieve Theatertalent Utrecht U.A. Ook is er veelvuldig contact met de landelijke festivals en wordt samengewerkt en gecoproduceerd met HETPALEIS (Antwerpen), de Kopergietery (Gent), fABULEUS (Leuven) en Dansateliers (Rotterdam) op het gebied van theater en dans en met het Cinelab van filmfestival Cinekid op het gebied van games, installaties en spellen voor randprogrammering.

## 7. BIJDRAGE (CO-)PRODUCTIE: €50.000,-

### Het produceren van projecten van jonge jeugdpodiumkunstmakers

Jaarlijks vraagt Tweetakt aan een aantal jonge, talentvolle makers van podiumkunst om speciaal voor het festival een jeugdproductie te maken. De kunstenaars krijgen inhoudelijke en praktische ondersteuning van het festivalteam. Met het artistieke team van Tweetakt en in samenspraak met de maker worden geschikte creatieve krachten gezocht om in het maakproces te coachen en te begeleiden. Het gaat om talent dat afstudeert of net afgestudeerd is aan een kunstopleiding, en regelmatig zijn het podiumkunstenaars die al eerder met een schoolproductie op het festival stonden.

Binnen Tweetaktprojecten kunnen zij risico nemen, jong publiek leren kennen en nieuwe samenwerkingsverbanden uitproberen. De festivalvorm en het uitdagende programma bieden een vanzelfsprekende plek aan nieuwe podiumkunst- en presentatievormen die in het reguliere circuit moeilijk plaatsbaar zijn, wat de jonge kunstenaars bij onze eigen producties de ruimte geeft om te experimenteren. Daarnaast bieden we artistiek-inhoudelijke en productionele begeleiding, de mogelijkheid om voorstellingen in een serie neer te zetten en te omlijsten met een hoogwaardig educatief programma. Makers worden als onderdeel van het hoofdprogramma geïntroduceerd, komen in contact met (internationale) festivals en gezelschappen en genereren nieuwe opdrachten. De exposure naar publiek en vakgebied is groot en gelaagd.

Het streven is om deze jonge talenten meer dan één keer voor een productie te vragen, zodat ze hun ervaring op en met Tweetakt ook bij een volgende productie kunnen gebruiken. Als het mogelijk is, haalt het festival bij een tweede productie ook de eerste nog een keer terug, wat de kunstenaar meer ruimte geeft om zichzelf middels Tweetakt te profileren, en publiek en vakpers meer mogelijkheden biedt om zijn of haar werk te leren kennen.

**Voorbeelden van makers met wie we de afgelopen jaren hebben gewerkt:** Joris van Oosterwijk (HKU Theatre design), Acteur/theatermaker Phi Nguyen, Anneke Sluiters (HKU acting), documentairemaakster Anneke de Lind van Wijngaarden, muzikant/kunstenaar Harm Goslink Kuiper, Wies Fest (HKU Acting), Iris van der Ende (Theatraal Performer, Maastricht), Lana Čoporda (ArtEZ), Fernanda Silva, Jelte Heringa (Conservatorium Utrecht).

Een voorbeeld van talent dat via Tweetakt doorstroomt naar de professionele praktijk is de jonge theatermaker Anneke Sluiters die al in haar tweede jaar van de HKU in Tweetakt optrad. Na haar afstuderen maakte ze twee voorstellingen voor Tweetakt, haar talent werd serieus genomen en opgepikt door bijvoorbeeld Maas, Bonte Hond, NTjong, Theater Artemis en in het volwassenencircuit door Abbatoir Fermé. Ze gaat zich als makers de komende jaren verder ontwikkelen bij de Warme Winkel. Ze maakt haar nieuwste jeugdproductie daar die ook tijdens de komende editie van Tweetakt te zien. Ook Wies Fest die in opdracht van Tweetakt haar eerste solovoorstelling uitbreidde tot een avondvullende voorstelling, en een eerste jeugdtheaterstuk schreef en regisseerde (met derdejaars HKU-acting-studenten) heeft aansluiting gevonden bij een gezelschap en gaat zich verder ontwikkelen bij Likeminds.

De podiumkunstenaars die Tweetakt een opdracht geeft voor een eigen productie, worden geselecteerd op basis van gesprekken over ideeën en eerder werk, en op basis van de verwachting dat zij een jeugdig publiek iets te bieden hebben (en omgekeerd). Tijdens hun opleiding zijn ze al opgevallen vanwege de authenticiteit, originaliteit en kwaliteit van hun producties. Tegelijk streeft Tweetakt naar om middels de eigen producties de diversiteit van het aanbod in de jeugdpodiumkunsten te vergroten, en om theatergenres waarin voor de jeugd weinig vernieuwends wordt ontwikkeld, een extra stimulans te geven. De kunstenaars die we voor de komende festival edities opdrachten hebben gegeven, verenigen deze criteria.

### Plannen eigen producties 2017-2020

#### *Lana Čoporda*

Het stimuleren van Nederlandse jeugddans is een kerntaak van Tweetakt. Dit realiseren we die door enerzijds voorstellingen van jonge Nederlandse choreografen van ArtEZ/Arnhem, SNDO/Amsterdam en P.A.R.T.S./Brussel te tonen: werk dat jong publiek enorm aanspreekt en tegelijkertijd artistiek innovatief is. Daarnaast geven we jong choreografietalent zoals Lana Čoporda een opdracht voor een eerste jeugddansproductie. Lana maakte voor Tweetakt *Draaiplaneet*, een intrigerende interactieve voorstelling waarin lichtgevende tollens, cirkels en een lemniscaat het uitgangspunt zijn, en het jonge publiek (4+) spelend

en bewegend op de vloer eindigt. Lana werkt ook in het volwassenencircuit bij Dansateliers Rotterdam. Haar werk heeft een toegankelijke, lichte toon en humor die een heel jong publiek blijkt aan te spreken. We ontwikkelen Lana's jeugdproducties in een langer traject. Voor 2016 bouwt ze verder op haar eerste productie. In coproductie met Dansateliers Rotterdam realiseren we daarvoor een internationale tournee. Ze wordt daarbij begeleid door choreograaf Erik Kaiel, die met zijn producties al jaren een vaste gast is in het Tweetaktprogramma, en die ervaring heeft met het zoeken naar nieuwe presentatievormen en het middels dans uitdrukking geven aan interessante thema's op een manier dat ze een jong publiek aanspreken.

### **Jelte Heringa**

Voor onervaren publiek is muziek de meest toegankelijke podiumdiscipline. Om een brug te slaan naar andere podiumkunsten realiseert Tweetakt jaarlijks jeugdmuziektheaterproducties. De veelzijdige componist / muzikant / dirigent Jelte Heringa, die grote affiniteit heeft met kunsteducatie en eerder voorstellingen voor kinderen maakte, heeft voor Tweetakt 2015 in samenwerking met vormgeefster Eveline Didderen, de charmante en korte muziektheatervoorstelling *GRRRRROENTEN* gemaakt. Een poëtisch theatraal concert waarin groenten letterlijk optreden, dat zowel de allerjongsten als hun ouders ontwapent. Voor Tweetakt 2016 bouwt hij *GRRRRROENTEN* uit tot een avondvullende productie. Into the Great Wide Open en Tivoli/Vredenburg hebben hem al geboekt. Voor de editie van 2017 maakt hij een nieuwe productie.

### **Das Lemniscaat**

Das Lemniscaat is een jong, ondernemend, talentvol collectief dat dit jaar afstudeert aan de HKU (acting / theatermaken) en bestaat uit Tessa Friedricht, Liza Kollau, Birgit Welink en Dennie Lukkezen. Praktisch onderzoek naar werelden die ze nog niet kennen is de basis voor hun werk. Voor hun eerste voorstelling *Das Lemniscaat*, die ook buitenschools toerde en op Tweetakt stond, was dat de Berlijnse technoscene. Hun tweede productie *First you get fucked, then you eat a sandwich* is gebaseerd op onderzoek in de pornoscene en zal ook in het komende festival te zien zijn. Das Lemniscaat heeft een eigentijdse visie op theater, wil zonder oordeel een extreme werkelijkheid tonen. Hun stijl op de grens van theater, beeldende performance en documentaire sluit aan bij een jong publiek. Voor Tweetakt 2017 krijgen ze de opdracht een nieuwe voorstelling te maken.

### **Coproducties met Vlaamse instellingen**

De komende jaren wil Tweetakt structureel gaan coproduceren met een aantal Vlaamse instellingen. om hoogwaardig nieuw internationaal aanbod voor jeugd te realiseren en aan te kunnen bieden aan ons publiek. Ten opzichte van Nederlandse jeugdtheatermakers lopen de Vlamingen voor in de bijzondere manier waarop zij kinderen als speler/medemaker betrekken bij artistiek hoogwaardig theater. Met Vlaams/Nederlandse coproducties hoopt Tweetakt hun kennis en ervaring ook open te stellen voor Nederlandse kinderen. Bovendien maakt de samenwerking met meer producerende partners het mogelijk om projecten op te zetten die grootschaliger van opzet zijn. Een voorbeeld daarvan is de installatie Berlin/Berlin die we in 2017 gaan coproduceren met HETPALEIS en de Kopergieterij uit Antwerpen. Het wordt een kinderversie van de bijzondere productie die de Vlamingen eerder realiseerden: een buitenmaatse 'tafel' waaraan het publiek kan aanschuiven om te luisteren naar persoonlijke verhalen van amateurs. Voor de versie in 2017 worden deze verhalen, die geschreven worden op basis van persoonlijke ervaringen, verteld door Utrechtse en Vlaamse kinderen.

Met *fABULEUS* uit Leuven, productieplatform voor jonge theater- en dansmakers, heeft Tweetakt een sterke band. Veel van hun werk stond de afgelopen jaren in het festival en inmiddels realiseren we samen een jaarlijks programmaonderdeel: De Beste Belgische/Nederlandse Danssolo. Uit deze gemoedelijke, maar professioneel opgezette 'wedstrijd' komen piepjonge (amateur)theatermakers bovendien, waarvan een aantal de kans krijgt om voor een volgend festival een eigen productie te maken onder professionele begeleiding. Bij de vorige editie van De Beste Belgische/Nederlandse Danssolo heeft *fABULEUS* de selectie van de Vlaamse deelnemers op zich genomen. De winnaar, de in circustechnieken geschoolde amateur Piet van Dijke, wordt bij zijn voorstelling voor Tweetakt 2016 begeleid en inhoudelijk ondersteund door *fABULEUS*.

### **Coproduceren met nieuw Utrechts productieplatform**

Tweetakt zal deel gaan uitmaken van een nieuw Utrechts productieplatform, Coöperatieve Theatertalent Utrecht U.A. Structurele samenwerking van Utrechtse podiumkunstiniciatieven kan voor onze producties en coproducties inhoudelijk en op het vlak van publieksbereik, nieuwe mogelijkheden bieden.



## 8. TOELICHTING OP BEGROTING, DEKKINGSPLAN EN KENGETALLEN

In 2016 zijn Tweekt en Kaap definitief samengevoegd. De baten en lasten voor het beeldende kunst programma maken géén deel uit van deze meerjarenbegroting. Hiermee maken we de kosten voor het festival *zonder* beeldende kunst inzichtelijk. Dit geldt ook voor de prestatiegegevens. Hierin zijn alle activiteiten op het gebied van podiumkunsten opgenomen, inclusief theater en dans op Fort Ruigenhoek (tot eind mei), waardoor het festival in duur toeneemt naar 28 dagen. Bezoekers voor beeldende kunst worden *niet* meegeteld. De bezoekersaantallen zullen naar verwachting stijgen naar gemiddeld 42.000.

Hieronder lichten wij substantiële verschillen tussen de gerealiseerde cijfers uit 2015 en de begroting toe.

### BATEN

#### Publieksinkomsten

De kaartverkoopinkomsten stijgen door versterking van het merk Tweekt, verdere uitwisseling van de doelgroepen Tweekt en voormalig Kaap, door het optimaal en op maat bedienen met uitgekiende CRM strategie.

**De vergoedingen uit samenwerking** groeien. Tweekt coproduceert met Stadsschouwburg Utrecht, HKU, en nieuw met HETPALEIS, Kopergietery, fABULEUS, Cinelab / Cinekid festival.

**Overige directe en indirecte opbrengsten** worden verkregen o.a. uit verhuur mobiele theaters en andere faciliteiten / speelobjecten, en door verkoop eigen theaterproducties.

#### Bijdragen van private fondsen

De gemiddelde schatting van € 210.000 euro per jaar is gebaseerd op afgelopen jaren. In licht van huidige bezuinigen zal het grotere inspanning vereisen om bijdragen particuliere fondsen gelijk te houden.

#### Subsidies

Zowel de gemeente als provincie Utrecht hebben zich in tussentijdse evaluaties positief uitgesproken over Tweekt. Zij hebben de intentie de subsidies voort te zetten in 2017-2020: *“De provincie heeft vooraf een viertal festivals geselecteerd die naar haar mening het meest voldoen aan de bovengenoemde beleidsdoelen. Deze festivals zijn Festival Oude Muziek, Nederlands Film Festival, Spring en Tweekt.”* uit Nota festivalbeleid 2017-2020 Provincie Utrecht

Tweekt vraagt €250.000 subsidie aan het Fonds Podiumkunsten aan in de categorie groot festival. En €50.000 extra subsidie ten behoeve van de coproductiebijdragen.

Tweekt vraagt €50.000 extra subsidie aan de gemeente bovenop de huidige structurele subsidie om de organisatiekosten te kunnen financieren. Deze verhoging is noodzakelijk omdat Tweekt aanloopt tegen zijn organisatorische grenzen. Er is hard gewerkt de afgelopen jaren, we hebben veel van onze mensen gevraagd. Om de continuïteit voor de toekomst te garanderen is het noodzakelijk meer geld voor de organisatie (personeel) uit te trekken. Met de extra subsidiebijdrage wordt het evenwicht hersteld en kan het ondernemend vermogen van de organisatie gehandhaafd blijven.

### LASTEN

#### Beheerslasten personeel en activiteiten lasten personeel

Het is noodzakelijk structureel meer te investeren in personeel (zie hierboven), het aantal fte's stijgt.