mugmetdegoudentand

beleidsplan 2017-2020

‘In de democratie zit een permanente moeilijkheidsfactor’
uit ‘Sinaasappelstraat’ van mugmetdegoudentand, 2014

1. De Mug en haar missie

Mugmetdegoudentand is een eigenzinnig Amsterdams theatergezelschap dat al meer dan dertig jaar succesvol theater maakt, dat de tijdgeest met een persoonlijke stem beschrijft. Afgelopen jaar werd de voorstelling Kunsthart geselecteerd voor het Nederlands Theater Festival 2015, stond de voorstelling Sinaasappelstraat op de longlist van het TF en werd Mug-gastacteur Guy Clemens genomineerd voor de Louis d’Or. Met meer dan 100 voorstellingen en 13.000 bezoekers per jaar, een stijging van 62 procent, concludeert de Mug met trots dat ze nog steeds betrokken, energiek en succesvol midden in het theaterlandschap staat.

De Mug beschouwt het als haar missie om een bijdrage te leveren aan het vitaliseren en inspireren van onze kwetsbare democratische cultuur. Ze vindt het daarbij van essentieel belang dat theater onderscheid probeert te maken tussen de ene mening en de andere, tussen werkelijkheid en projectie, tussen vorm en inhoud, tussen verstand en onderbuik, tussen objectiviteit en stemmingmakerij; tussen hoofd- en bijzaak.

Theater maken is de kernactiviteit van de Mug, en haar voorstellingen zijn door het hele land te zien. Die voorstellingen spelen zich vaak af op het raakvlak van andere kunst- en mediavormen, waardoor de groep in de loop van haar bestaan een groot en inspirerend netwerk heeft opgebouwd van schrijvers, vormgevers, documentairemakers, denkers en fotografen, zoals het wereldberoemde duo Inez van Lamsweerde en Vinoodh Matadin. Door dit netwerk kan de Mug zichzelf constant blijven ontwikkelen en ook makkelijk randactiviteiten ondernemen zoals het opzetten van een televisieserie of het participeren in maatschappelijke discussiegroepen. Want het is de hoofddoelstelling van de Mug om met haar missie zoveel mogelijk mensen te bereiken.

In de periode 2017-2020 zal het artistieke team bestaan uit Marcel Musters, Lineke Rijxman, Joan Nederlof en Christiaan Klasema, die na een lange afwezigheid weer terugkeert in de kern van de groep. Joan Nederlof en Margreet Huizing zullen respectievelijk de artistieke en zakelijke leiding op zich nemen. Samen met twee parttime productie en pr-medewerkers en een parttime technicus, vormen deze vijf mensen de kern van de Mug. Een efficiënte organisatie die met 4,75 vaste fte een aantoonbaar grote output heeft.

Wat is er veranderd?

Bij aanvang van de huidige kunstenplanperiode, in 2013, zag de Mug het al als haar taak om onze democratische samenleving niet alleen te beschrijven, maar zich ook over haar uit te spreken. Al werkend realiseerde ze zich dat er zich daaronder één blijvende drijfveer schuilhoudt en dat is het beschermen van de democratie zelf. Iets dat door de actuele

ontwikkelingen in de samenleving naar het idee van de groep zelf alleen maar aan belang gewonnen heeft.

Naast een kleine verschuiving in taakverdeling, heeft Mugmetdegoudentand de afgelopen periode een duidelijke groei doorgemaakt in zowel aantal voorstellingen als publieksbereik. De Muggen zijn meer onafhankelijk van elkaar voorstellingen gaan maken met andere spelers en schrijvers. Dat heeft er toe geleid dat er in het najaar van 2015 tegelijkertijd drie succesvolle Mugproducties door het land toerden. De groep wil die trend in de periode 2017-2020 graag doorzetten zonder in te boeten op kwaliteit of Mug-signatuur.

2. Wat zijn de artistiek inhoudelijke uitgangspunten van de Mug?

In haar werk heeft de Mug altijd gezocht naar antwoorden op vragen die in zichzelf of de samenleving speelden. Die vragen verschilden per periode, afhankelijk van de maatschappelijke en persoonlijke onderwerpen die zich aandienden. Zoals hierboven beschreven, realiseerde de groep zich een aantal jaren geleden dat ze op die manier wil bijdragen aan het democratisch proces. Want democratie is meer dan louter de staatsvorm; het is ook een cultuur, de manier waarop we met elkaar omgaan en het publieke deel van het leven vorm geven. Iets waarin we door de individualistische tijdgeest niet meer zo bedreven zijn.

Naar het idee van de Mug kan kunst een rol spelen bij het ontwikkelen van de vaardigheid om elkaar niet alleen rationeel of logisch te verstaan, maar elkaar ook simpelweg te zien staan. Wat voor de één evident en zichtbaar is, is voor een ander onvoorstelbaar en precies dat maakt het samenleven in een democratie zo ingewikkeld. Kunst biedt ruimte om open en onbevangen te luisteren en te kijken en maakt via de verbeelding andermans ervaringen invoelbaar. Zonder direct een bepaalde politieke boodschap te hoeven verkondigen is dat de unieke bijdrage die kunst kan leveren aan de democratische cultuur.

Daarbinnen levert de Mug een heel eigen en specifieke bijdrage. Op dit moment is de Westerse wereld door vluchtelingenstromen, Islam-fundamentalistische terreur, wankelende economieën, opkomend nationalisme, opleving van de koude oorlog en afnemend vertrouwen in de Europese Unie hevig in beroering. De Mug ziet in die ontwikkelingen, en de daarmee gepaard gaande gevoelens van angst, verwarring en onvrede, een mogelijke bedreiging van onze kwetsbare manier van samenleven. In de periode 2017-2020 wil ze dan ook een aantal van die actuele maatschappelijke thema's concreet tot onderwerp maken en op die manier onderzoek doen naar de huidige staat van onze democratie.

Daarnaast wil de Mug ruimte bieden aan de autonome kracht van de verbeelding. Verbeelding brengt ons op terreinen waar de ratio maar moeizaam toegang heeft. Anders dan politiek, wetenschap of journalistiek, kan ze het onmogelijke voorstelbaar maken. En ook anders dan genoemde disciplines kan zij zich door haar aard vrijelijk op hun terrein begeven, waar dat omgekeerd niet mogelijk is. Verder kan verbeelding moeiteloos zijpaden dwars door leegte, nutteloosheid of pure schoonheid bewandelen. Dat vermogen geeft het leven glans en adem en heel soms ook onverwacht goede ideeën. Net zoals de ervaring van de enkeling een punt van troost, herkenning of onverwacht inzicht voor velen kan zijn.

Deze inhoudelijke uitgangspunten kunnen de toeschouwer alleen beroeren als ze een theatrale vorm hebben die verrast, die het onderwerp serieus neemt, maar ook origineel is en ruimte biedt aan humor en zelfrelativering. De Mug heeft dan ook als artistiek uitgangspunt dat ze altijd zoekt naar een bijzondere samensmelting van inhoud en vorm. Mugvoorstellingen zijn om die reden vaak verrassende belevenissen en laten zich het beste omschrijven als persoonlijk, onconventioneel, inhoudelijk, actueel, vitaal, humoristisch en open naar het publiek.

Artistieke ambities voor 2017-2020

De Mug wil in de periode 2017-2020 acht nieuwe voorstellingen maken, waarvan zeven voor de middenzaal en één voor de grote zaal. Ze gaat een aantal samenwerkingen aan met theatermakers uit andere circuits, zoals Claudia de Breij en Adelheid Roosen. Ze wil in die periode meerdere reprises spelen en een aantal beginnende regie-, vormgeving- en schrijftalenten begeleiden. Ook heeft de Mug de ambitie om een groot Europees project te realiseren. Voor de organisatie daarvan heeft ze contact met instellingen als het IETM en Dutch Culture. Die contacten zijn niet eenzijdig. Zo is de groep door Dutch Culture uitgenodigd om tijdens de afsluiting van het Nederlandse voorzitterschap van de EU, haar voorstelling de Eurocommissaris in debatcentrum de Balie te komen spelen. Hiernaast ontwikkelt de groep ook een aantal activiteiten, waarvoor ze geen financiële bijdrage aan het Fonds vraagt, maar die ze wel in deze aanvraag beschrijft. Zoals uit het bijgevoegde activiteitenoverzicht blijkt, vloeit de programmering voort uit de missie en de hoofddoelstelling van de Mug.

- Voorstellingen waarin concrete maatschappelijke thema's centraal staan; zoals de werking van de Europese Unie, internetterreur, nationalisme, vreemdelingenhaat en de bureaucratisering van de overheid.
- Voorstellingen waarin de autonome kracht van de verbeelding centraal staat en die vertrekken vanuit een persoonlijke fascinatie van een Muglid; zoals de werking van het onbewuste of een bijzonder verhaal dat troost of herkenning biedt.
- Activiteiten die zich afspelen op of over de grenzen van andere disciplines, zoals een documentaire of televisieserie. Deze activiteiten horen niet tot de kerntaken van de Mug, maar zijn desondanks belangrijk voor haar artistieke ontwikkeling en doelstellingen.

activiteiten overzicht

2017-2018

Muggerwareparty

Als aftrap voor de kunstenplanperiode 2017-2020 presenteert het voltallige artistieke team van Mugmetdegoudentand in Theater Bellevue, de Toneelschuur in Haarlem, de Verkadefabriek in Den Bosch en de stadsschouwburgen van Utrecht en Meppel gedurende twee weken haar ideeën aan haar publiek. Omdat de Mug zelf haar voorstellingen maakt en dus altijd vanaf nul begint, vindt ze het belangrijk om al in een vroeg stadium een aantal inhoudelijke en vorm ideeën concreet uit te kunnen proberen voor een publiek. Zo'n presentatie met nagesprek scherpt de gedachtegang, verstevigt de band met de toeschouwers en genereert ook vaak weer nieuwe ideeën. Lineke Rijxman laat samen met de jonge regisseuse Davy Pieters materiaal zien rond het thema 'internetterreur'. Claudia de Breij en Joan Nederlof willen kort maar krachtig uitproberen hoe hun samenwerking uitpakt, Christiaan Klasema presenteert teksten gebaseerd op zijn vijfjarig verblijf in een Benedictijner abdij en Marcel Musters praat de avond op zijn eigen charmante wijze aan elkaar en gaat in gesprek met het publiek over hun impressies van het getoonde.

Factfree at Primetime

'Het gaat goed met mij, maar slecht met ons', vinden veel Nederlanders en doelen daarmee op criminaliteit, verhuftering en vluchtelingenproblematiek in wijken waar ze zelf niet wonen. De Mug vraagt zich af of dat sentiment op waarheden berust of het gevolg is van zogenaamde 'factfree' politiek en journalistiek, waarin niet van feiten wordt uitgegaan, maar van populistische emoties die een enorme impact hebben op de algemene opinie. In deze voorstelling zien we dat een aantal mensen een half uur voor de uitzending een live televisietalkshow gijzelt en eist dat het thema van de avond, 'Europa', op een redelijke, goed beargumenteerde manier besproken wordt. De gijzelnemers moeten de gijzelaars zo ver zien te krijgen dat ze hun gebruikelijke manier van praten met oneliners en simplificaties laten varen. Dat zorgt voor paniek, maar ook voor een aantal boeiende nieuwe inzichten. Tekst: Nathan Vecht. Regie: Lineke Rijxman. Vormgeving: Christiaan Klasema. Spel: Guy Clemens, Xander van Vledder en Anniek Pheifer.

De Eurocommissaris

Joan Nederlof merkte dat ze geen stelling kon nemen in het polariserende debat tussen pro-Europeanen en Eurosceptici, vanwege een totaal gebrek aan kennis over deze ondoorzichtige instelling. En ze merkte ook, ondanks de vaak luidruchtige discussie, dat ze daarin niet de enige was. De Eurocommissaris wil een stukje van die leemte vullen en via de verbeelding zelfs een aantal alternatieven schetsen. Zonder een standpunt op te dringen, wil de voorstelling de discussie over een gezamenlijk Europa verlevendigen. Omdat het

onderwerp enorm is, is Nederlof al een tijdje aan het researchen en heeft ze in 2015 al een en ander uitgeprobeerd voor een klein publiek. De voorstelling wordt geen intellectuele lezing over de EU, maar een theatraal portret over een fictieve Eurocommissaris. Tekst en spel: Joan Nederlof. Regie: Lineke Rijxman. Vormgeving: Christiaan Klasema.

Broer ❤ Zus

Je hebt een gedeeld verleden, maar je herinnert je alles anders. Je lijkt verschrikkelijk veel op elkaar, maar je snapt niets van de ander. Vroeger deelde je stapelbed en bad, nu kun je niet meer samen in een ruimte zijn. Broer ❤ Zus volgt een broer en een zus in drie levensfases; als kind, volwassene en oudere. 'Eigenlijk is er niks veranderd.' 'Nee, wat dacht jij dan? Dat er ooit iets verandert?' Tekst: Aaf Brandt Corstius. Spel en regie: Marcel Musters, Lies Visschedijk.

De Joodse raad

Tijdens de Tweede Wereldoorlog werd op initiatief van de Duitsers een raad opgericht die de Joodse gemeenschap in Nederland moest besturen en een doorgeefluik werd voor instructies van de Duitse bezetter. Abraham Asscher en David Cohen, beiden al zeer actief binnen de vooroorlogse Joodse gemeenschap, namen die taak op zich en plaatsten zichzelf daarmee voor een duivels dilemma. Tot aan het moment dat ze zelf werden afgevoerd naar Westerbork in 1943, hielden ze zich, in een poging erger kwaad te voorkomen o.a. bezig met het transporteren van Joodse mensen naar de gaskamers van de nazi's. Na afloop van de oorlog kon geen reguliere rechtbank over ze oordelen, omdat het overgrote deel van de Nederlanders zelf geen hand had uitgestoken naar de slachtoffers van de holocaust. Rijxman en Nederlof willen in deze voorstelling behoedzaam de gedachtegang nagaan die mogelijkerwijs door Asscher en Cohen tijdens hun verbijsterende werk is gevolgd. Dat willen ze doen samen met een aantal relatief jonge acteurs, die de voorstelling ook gaan spelen. Rijxman en Nederlof vinden het waardevol om dit gruwelijke stukje geschiedenis, dat nog niet lang achter ons ligt, ook voor jongere generaties invoelbaar te maken. Omdat pas onder extreme omstandigheden blijkt hoe ingewikkeld en levensgevaarlijk het kan zijn om moreel goede keuzes te maken. Tekst: Joan Nederlof. Regie: Lineke Rijxman. Vormgeving: Christiaan Klasema.

Sombersongs

Een intieme muziektheaterproductie voor festivals rond werk van de gewaardeerde Mug-gaste Dee Norris. Norris heeft in Amerika furore gemaakt met haar eigenzinnige composities, was jarenlang straatartieste in New York en bandlid bij Anthony and the Johnsons. Bij de Mug was Norris in 2015 te zien als de operazangeres Joan Sutherland in de voorstelling Sinaasappelstraat. Geïnspireerd door Sutherland heeft ze een aantal van haar songs nu bewerkt voor accordeon. Deze productie is een statement tegen de verglamourizering van de hedendaagse muziek. Door: Dee Norris. Tekst en regie: Joan Nederlof.

Tournee Het vervoegde leven

Dit is een co-productie van de Mug en Ha Ha het Leven van schrijver en videoanimator Joost Sickenga II. De voorstelling beschrijft het leven van een vrouw aan de hand van een vijftigtal werkwoorden zoals 'aankleden', 'herinneren', 'zingen', 'begrijpen' en 'zijn'. Even zovele kapstokken voor poëtische opmerkingen en essayistische kanttekeningen. Het stuk bestaat uit tekst en videoanimaties die op een groot scherm worden getoond. Doordat een mensenleven ook niet als een verhaal met een plot van A naar B wordt ervaren, maar eerder als een stroom van gedachten en emoties, vertoont Het Vervoegde Leven grote

overeenkomst met het echte leven. De videoanimaties bestaan louter uit letters, waardoor de verbeeldingskracht van de toeschouwer op een bijzondere manier wordt aangesproken. Tekst: Joost Sickenga II. Spel en regie: Alix Adams. Deze voorstelling gaat eind 2016 in première en op tournee in 2017.

2019-2020

Rijsen&Rooxman, de Dikke-Muis&Sjors

Dit is een samenwerking van Mugmetdegoudentand en Female Economy van Adelheid Roosen. De laatste heeft samen met George Groot in 2012 de voorstelling Hetty&George gemaakt. Nu voegen Lineke Rijxman en Titus Muizelaar zich in het gesprek. De vier spelers delen een partieel verleden, bevragen elkaar over waarom onbevangen nabijheid tot een ander schaamte op kan roepen. Kan die schaamte je juist gevoelig maken voor de ruimte die er is tussen jezelf en de ander? Of appelleert de schaamte aan je geweten-heb je altijd 'geweten' wie de ander is? Door: Lineke Rijxman, Adelheid Roosen, Titus Muizelaar en George Groot.

Betermensschap

Claudia de Breij en Joan Nederlof onderzoeken in deze voorstelling het nut van zelfkennis. Je zou denken dat zelfkennis helpt in het maken van onderscheid tussen projectie en werkelijkheid. Maar draagt dat vermogen vervolgens ook bij aan een manier om de samenleving rechtvaardiger in te richten? Dat is de prangende vraag in deze energieke twowomenshow. De Breij zegt in ieder geval krankzinnig te worden van mensen die vinden dat je je eigen patronen de baas moet worden. En Nederlof neemt 'het werken aan jezelf' weliswaar behoorlijk serieus, maar moet eerlijkheidshalve vermelden dat ze (nog) geen hard bewijs kan leveren van haar eigen 'betermensschap'. Door: Claudia de Breij en Joan Nederlof.

Landhuis Oosterhouw

Het Groningse landhuis Oosterhouw, waar Muglid Christiaan Klasema woont, dient als decor voor deze locatievoorstelling. Het laat-negentiende-eeuwse huis zou zich perfect lenen voor een stuk van bijvoorbeeld Tsjechov. In het kader van Mugmetdevuurvliegen 2.0 nodigt Klasema een jonge regisseur en een aantal jonge acteurs uit op Oosterhouw met de vraag welk verhaal zij over de wereld van nu zouden willen vertellen. Regie: Sanne Nouws, Begeleiding: Christiaan Klasema, Lineke Rijxman, Joan Nederlof.

Gamechanger

Dit is een term die met regelmaat klinkt aan zowel borreltafels als in de media. Meestal verwijst ze naar ontwikkelingen in de samenleving waarbij door een bepaalde gebeurtenis opeens een andere richting wordt ingeslagen. Deze voorstelling speelt met fictieve gamechangers op zowel maatschappelijk als persoonlijk vlak. Wat zouden nou eens spectaculaire spelveranderaars kunnen zijn aan het binnenhof, in bed, aan het aanrecht, in Brussel, in je eigen hoofd of dat van de Russische president? Door: Marcel Musters, Gijs Naber en Lies Visschedijk. Tekst: Aaf Brandt Corstius.

Prosecco in je onderbuik

Dit is het derde deel van een drieluik (Quality Time en De Freudjes) over innerlijke patronen en hun invloed op de uiterlijke werkelijkheid. In deze voorstelling volgen we drie generaties in hun vakantievilla. De harmonie wordt volledig verstoord als één van hen

haar nieuwe vriend meeneemt, die totaal niet voldoet aan de normen en waarden van de familie. Tekst: Joan Nederlof. Regie: Lineke Rijxman. Vormgeving: Christiaan Klasema. Spel: Lineke Rijxman, Ariane Schluter, Dick van den Toorn, Michiel Nooter en Karina Smulders.

EU-TOPIA

Een internationaal project over de Europese Unie samengesteld uit Griekse, Spaanse, Duitse, Franse, Hongaarse en Nederlandse standpunten. Het doel van deze voorstelling is om de verschillen in opvatting over de toekomst van Europa, die voortkomen uit wezenlijke verschillen in cultuur en ervaring, inzichtelijk en invoelbaar te maken. Het materiaal voor deze voorstelling komt uit autonome producties van de diverse landen over hetzelfde thema. Die voorstellingen, waarvan De Eurocommissaris de Nederlandse inzending is, worden een jaar daarvoor in de betreffende landen geproduceerd. Mugmetdegoudentand is initiator van dit tweedelige Europese project. Tekst: oa Joan Nederlof. Regie: Lineke Rijxman. Regieassistentie: Sanne Nouws. Vormgeving: Christiaan Klasema.

The Gentle Woman

Sinds 2010 is het mogelijk om bij Google zoekresultaten te laten verwijderen en zo te 'verdwijnen' van het internet. Justine Saccos is een echt bestaande en doodgewone vrouw wiens leven geterroriseerd wordt na een 'verkeerde' tweet. Binnen enkele minuten wordt ze door andere internetgebruikers 'gevangen genomen' in de www-bubble en massaal aan de schandpaal genageld. Hoe kon dit gebeuren? Tekst: Jibbe Willems. Door: Davy Pieters, Lineke Rijxman.

Huidhonger

Christiaan Klasema, Mugvormgever van het eerste uur, was jarenlang Benedictijner monnik. In het MugWeekend (2015) las hij voor uit 'Stabilitas Loci', een beschrijving van een dag uit zijn leven in de abdij, vanaf het opstaan in de nacht tot het slapen gaan in de vroege avond. Lineke Rijxman vroeg zich af wat een man van 35 bezielt om in het klooster te gaan en bevroeg voor deze intieme voorstelling de man achter de monnik. Tekst: Christiaan Klasema, Rob de Graaf. Vormgeving: Christiaan Klasema. Regie: Lineke Rijxman.

Wahlverwandtschaften/Affiniteiten

Dit is een co-productie tussen de Mug en het Vlaamse theatergezelschap de Koe en heeft de gelijknamige roman van Goethe als uitgangspunt. Een aristocratisch echtpaar nodigt twee armlastige vrienden uit op hun landgoed en geeft hen daar een taak. Maar wat begon als een verstandige regeling, eindigt in een drama. Een voorstelling over het conflict tussen ratio en passie. Door: Natali Broods, Peter van den Eede, Lineke Rijxman en Willem de Wolf.

MUBUREAUCRATICAL (musical)

Een inhoudelijke musical over de patstelling tussen een gigantische bureaucratische verzorgingsstaat en compleet naar binnen gerichte individualistische burgers. Een doodnormaal gezinnetje glijdt af door financiële problemen. Achtereenvolgens worden de schuldhulpverlening, de huisarts, de gezinscoach, de jongerenwerker, de wijkagent, de stadsmarinier, de woonconsulent en tenslotte de jeugdzorg ingeschakeld. Door onder andere Claudia de Breij en Joan Nederlof.

Succesformule/Sociaal kapitaal

Na het succesvolle Superkapitalisten gaan Sieger Sloot en Eva Marie de Waal onder de vlag van Mugmetdevuurvliegen hun focus verleggen van het ontstaan, naar de gevolgen van neo-liberaal beleid. In een wereld vol winnaars en verliezers volgen ze twee laagopgeleide mensen in een verharde samenleving. Door: Eva Marie de Waal, Sieger Sloot. Regie: Liliane Brakema. Begeleiding: Lineke Rijxman, Joan Nederlof en Christiaan Klasema.

Mugmetdevuurvliegen 2.0.

Onder deze noemer wil de Mug een aantal aan de groep verwante jonge acteurs, schrijvers en regisseurs voor een korte of langere periode begeleiden. In de groep vindt een constante inhoudelijke dialoog plaats, waarin de betekenis van maatschappelijke thema's wordt onderzocht, maar waaruit ook ideeën voor voorstellingen ontstaan. De Mug wil een aantal jonge makers graag in die dialoog betrekken om zichzelf op die manier te verrijken, maar ook om haar eigen kennis en ervaring over te dragen op een jongere generatie. Sommige van hen zullen ook in projectvorm door de Mug worden begeleid. Vuurvliegen voor de kunstenplanperiode 2017-2020 zijn oa: Sanne Nouws (regie en tekst), Liliane Brakema (regie), Eamonn Harnett (vormgeving), Joris Lam (interactive design).

Rubinstein en Carmiggelt

Dit is een schrijfopdracht van de Mug aan Nathan Vecht over twee van Nederlands beroemdste schrijvers. Waar Renate Rubinstein messcherpe analyses schreef over de wereld om haar heen, was Simon Carmiggelt op een compleet andere manier niet minder scherp daarover. Daarnaast hadden ze een heimelijke en intrigerende liefdesverhouding. Volgens de Mug prachtig materiaal voor een interessante voorstelling.

Een dijk besluit wat wereld is

Een televisiedocumentaire over de dichter C.O. Jellema (1936-2003). Jellema leefde in landhuis Oosterhouw met zijn partner Klaas T. Noordhuis, de huidige echtgenoot van Muglid Christiaan Klasema. Rond 2018 komt een door Gerben Wynia geschreven biografie over Jellema uit. Een prachtige aanleiding om een documentaire te maken over één van Nederlands grootste, maar relatief onbekende dichters. (Landhuis Oosterhouw speelt ook een hoofdrol in een locatievoorstelling van de Mug). De Mug wil voor deze voorstelling een samenwerking aangaan met de Amsterdamse televisieproducent De Familie, van oud Muglid Michiel van Erp.

Reprise Sinaasappelstraat, Hannah & Martin e.a.

Goedlopende voorstellingen zullen ook in de periode 2017-2020 weer in reprise worden genomen.

Televisieregistraties

De Mug heeft de afgelopen kunstenplanperiode in samenwerking met de VPRO en producent Stormy Minutes meerdere voorstellingen geregistreerd en geadapteerd. Omdat dat leuk is om te doen, veel inkomsten genereert en goed is voor de naamsbekendheid van de Mug, gaat ze daar in de komende kunstenplanperiode zo veel mogelijk mee door.

De Krant

De Mug heeft, in overleg met televisieproducent Job Gosschalk, een synopsis geschreven voor een televisieserie over een landelijke krant. Voor de groep een ideale arena om een

aantal maatschappelijke thema's breed onder de aandacht te brengen. Zowel de VARA als de netmanager van NPO 2 zijn zeer in het plan geïnteresseerd, maar de raderen van de Publieke Omroep draaien traag. Als De Krant doorgaat dan is Nederlof in 2017 niet volledig beschikbaar voor theateractiviteiten.

Mugtube

Om meer publiciteit te generen wil de Mug structureler gebruik gaan maken van haar eigen Youtubekanaal. Daarvoor heeft ze verschillende ideeën die ze de komende periode uit gaat werken. Een mogelijkheid zou zijn om wekelijks korte filmpjes uit te gaan zenden, waarin personages uit Mugvoorstellingen reageren op de actualiteit. Een andere mogelijkheid is dat de Mug haar televisieactiviteiten gebruikt om in de slipstream daarvan de naamsbekendheid van de groep onder het televisiepubliek te vergroten. Bijvoorbeeld door rond de beoogde televisieserie De Krant een aantal alternatieve internetactiviteiten te organiseren, zoals het volgen van het hoofdpersonage (Lineke Rijxman) buiten de eigenlijke serie om.

(Op het moment van schrijven is de casting van bovengenoemde producties nog niet helemaal rond.)

De relatie tot eerder uitgevoerde activiteiten

De activiteiten die de Mug aanvraagt voor de kunstenplanperiode 2017-2020, liggen in het inhoudelijke verlengde van de producties die ze in de voorgaande jaren heeft gemaakt. Zoals in dit beleidsplan beschreven is de missie van de Mug niet wezenlijk veranderd en zijn ook in de periode 2013-2016 de artistiek inhoudelijke uitgangspunten ruimschoots aan bod gekomen. In Vermogen werd de teloorgang van het linkse denken tegenover de opkomst van het neoliberalisme getoond. In Fiftyfifty werd onderzocht wat er gebeurt als je de democratie ook toelaat in je seksleven. In Sinaasappelstraat werd de verlammende houdgreep waarin de individualistische burger en de bureaucratische overheid elkaar gevangen houden inzichtelijk gemaakt. Een Flinke Linkse Vrouw zocht naar de grenzen van maatschappelijke tolerantie. In Anton Heyboer kwam de verfrissende levensvisie van een opmerkelijk authentiek individu over het voetlicht. In Kunsthart werd de identiteit van de Nederlander aan een minutieus onderzoek onderworpen. En tenslotte wordt op dit moment aan De Freudjes gerepeteerd, een stuk waarin drie zussen wanhopig naar innerlijke heelheid en verzoening met het moderne leven verlangen.

Ook het in de vorige Kunstenplan al genoemde talentontwikkelingsprogramma Mugmetdevuurvliegen wordt, zij het in aangepaste versie, de komende periode doorgezet. Een duidelijke breuk met eerder door de Mug uitgevoerde activiteiten ligt op het vlak van de educatie. De Mug heeft op verschillende manieren geprobeerd iets op te bouwen met zowel een basis- als middelbare school, maar dat werd geen groot succes. De scholieren hadden maar amper tijd voor de Mug door al hun drukke bezigheden en de Mug bleek niet de bevlogen onderwijzeres die ze misschien dacht te zijn.

3. Plaats in het veld

Vanaf het prille begin heeft Mugmetdegoudentand zich in het culturele veld onderscheiden doordat ze geen bestaand repertoire vorm geeft, maar zelf haar voorstellingen maakt waarin mensen hun eigentijdse leven herkennen. Daarbij voelde ze een groot verlangen om zich niks aan te trekken van de regels van 'het vak' en zelf op zoek te gaan naar theatrale vormen. Ook werd de basis gelegd voor een transparante manier van acteren

waarbij de toeschouwer vaak heel direct wordt aangesproken. Nog steeds verschillen Mugvoorstellingen hierdoor van een groot deel van het Nederlandse teksttoneelaanbod. Maar door de lange adem van de groep onderscheidt ze zich inmiddels ook doordat ze een duurzame ontwikkeling door heeft mogen maken en op een bijzondere manier functioneert. Het artistieke team bestaat uit vier autonome theatermakers, die allemaal kunnen spelen, maar daarnaast ook hun eigen specialisatie hebben. Rijxman regisseert, Klasema geeft vorm, Musters initieert en Nederlof schrijft. Met elkaar hebben ze alle capaciteiten in huis om veelzijdig theater te kunnen maken. En de Mug is bij haar publiek dan ook vooral geliefd omdat ze inhoudelijke diepgang weet te koppelen aan bijzondere theatrale vormen en daarbij op een technisch hoog niveau acteert. Mugvoorstellingen kunnen probleemloos op voorhand verkocht worden, de zalen zitten meestal vol en de Mug wordt steeds vaker door groeperingen of personen zelf benaderd met de vraag of de Mug komt spelen voor hun voltallige personeel of voor hun sponsors of een nagesprek wil hebben met een VVD-burgemeester en haar ambtenaren uit een Brabantse gemeente of PvdA-raadsleden uit diverse steden.

De groep sprak zich al uit over de samenleving in een tijd waarin veel theatermakers zich daar verre van hielden. Inmiddels lijkt het mainstream geworden dat theater relevante maatschappelijke thema's aan de orde stelt, iets dat waarschijnlijk samenhangt met de onstuimige ontwikkelingen in de wereld om ons heen. De Mug vindt dat een interessante ontwikkeling en voelt zich erdoor gesteund. Maar zoals gezegd bij de artistiek inhoudelijke uitgangspunten wil de groep niet alleen losstaande thema's op de planken brengen. In de Mugstudio worden er daarom met regelmaat inhoudelijke gesprekken gevoerd, waarin gezocht wordt naar onderliggende verbanden tussen bepaalde thema's en het functioneren van de democratie. Geen gemakkelijke opgave, omdat simplificatie, projectie en verwarring bij zo'n ambitieuze onderneming al gauw op de loer liggen. Maar juist daarom hecht de groep aan de structurele aard van deze dialoog. Alleen op die manier kunnen langere inhoudelijke lijnen worden gevolgd en getoetst. Ook nagesprekken met het publiek, research, het raadplegen van deskundigen, het deelnemen aan openbare debatten en het altijd openstaan voor twijfel, helpen de groep zo veel mogelijk trouw te blijven aan haar missie.

Zoals gezegd wil de Mug met die missie zo veel mogelijk mensen bereiken en om die reden gaat ze de komende kunstenplanperiode een aantal substantiële samenwerkingen aan met theatermakers, instellingen, theaters, televisieproducenten en sponsoren. Zoals uit de activiteitenlijst blijkt zijn dat serieuze associaties met vaak gerenommeerde partners. De Mug wil op die manier niet alleen haar publieksbereik vergroten, maar ook kennis uitwisselen, inspiratie opdoen en niet in de laatste plaats een plek van betekenis innemen in het publieke debat over de inrichting van onze samenleving.

4. Ondernemerschap

Bedrijfsvoering en financiering

Mugmetdegoudentand is in de loop van dertig jaar getransformeerd van een adhoc gezelschap met sporadisch betaalde krachten tot een zakelijk solide instelling. Betrokkenheid en professionaliteit staan in alle facetten van de organisatie centraal. Dat kan ook niet anders als zo'n klein gezelschap zo'n grote output heeft. Dan moeten de lijnen kort en de inzet optimaal zijn. De inkomsten en uitgaven van de Mug zijn stabiel en de speellijsten makkelijk rond te krijgen. Buro Zaken is al jaren, tot wederzijds genoegen,

het administratiekantoor van de groep. Er is een goede verstandhouding met de afnemers, die in aantal alleen maar toenemen. De afgelopen jaren heeft de Mug nooit een tekort gehad. Er is altijd een reserve zodat tegenslagen, zoals in 2014 toen twee Mugleden ernstig ziek waren en er een productie moest worden afgezegd, makkelijk kunnen worden opgevangen. De Mug kan bedrijfsrisico's daardoor goed hanteren en verwacht ook in de toekomst een EIQ van minimaal 30 procent te kunnen behalen. Op dit moment heeft de groep 1 vaste sponsor, 1 adhoc sponsor, is ze in contact met 1 mogelijk nieuwe sponsor en werd ze vorig jaar blij verrast door een mail van een fan, die vroeg of hij 5 jaar lang 1000 euro aan de groep mocht doneren. De Mug is de afgelopen jaren behoorlijk gegroeid. In het jaar 2015 toerden er op zeker moment zelfs drie succesvolle Mugproducties tegelijk door het land. Die trend wil de groep in 2017-2020 graag doorzetten, waarbij aangemerkt dat die groei wel organisch moet zijn en moet passen bij de inhoudelijk artistieke uitgangspunten.

In de toekomst wil de Mug haar financieringsmix verbreden door meer co-producties aan te gaan, meer sponsors te vinden, in grotere zalen te spelen en op andersoortige plekken. Zo is ze bijvoorbeeld, als enig gesubsidieerd gezelschap, met Vivienne Ypma van De Kleine Komedie in gesprek over een substantiële samenwerking. Overigens met goedkeuring van huistheater Bellevue, en zonder dat het ten koste gaat van de speelbeurten daar. Ook is de Mug van plan meer voorstellingen voor de televisie te bewerken. Gesprekken over de financieringsmix vinden onder andere plaats met leden van de RvT en met Stef Collignon, directeur bij Amerborgh Nederland. Ook in de gesprekken die Margreet Huizing met collega zakelijk leiders heeft, komen dit soort onderwerpen regelmatig ter tafel.
Het Europese project vormt binnen de bedrijfsvoering een aparte, maar leuke uitdaging. Margreet Huizing heeft ter voorbereiding daarvan reeds een cursus Engels gevolgd bij de nonnen in Vught. En ook productieleider en assistent zakelijke leiding Joanne Mensert is zich aan het inwerken in de wereld van Europese subsidies en co-producties. Vanzelfsprekend boren zij ook hun grote netwerk aan om zoveel mogelijk informatie te verkrijgen. De Mug is een efficiënt werkend gezelschap. De artistieke leden vervullen allen meerdere taken, zoals regisseren, schrijven, spelen en vormgeven. Het kantoor van de Mug is klein maar flexibel, zodat het merendeel van de zakelijke en productionele werkzaamheden binnen dit compacte team gedaan wordt.

Beleidsvoornemens:
- 8 nieuwe voorstellingen maken
- ruim 100 voorstellingen per jaar spelen
- minimaal 30 procent EIQ behalen
- 15.000 bezoekers per jaar trekken
- publiek verbreden
- spelen op meer diverse landelijke plekken, zoals op festivals en in de regio Groningen
- spelen op meer diverse Amsterdamse plekken zoals De Kleine Komedie en Carré
- 1 grote zaalproductie maken
- voor het Europese project 50 procent van de begroting aanvragen bij de Europese Commissie
- meer samenwerkingsverbanden aan gaan (kosten delen en publiek verbreden)
- nieuwe sponsors zoeken en de oude behouden
- meerdere voorstellingen voor de televisie bewerken
- reprises spelen van succesvolle voorstellingen
- het in rekening brengen van werkzaamheden voor derden
- bijscholing waar nodig voor Mugmedewerkers

De teamleden van de Mug zijn voorlopig niet van plan de groep te verlaten, maar mocht daar verandering in komen dan zal de groep de Code Culturele Diversiteit in haar hoofd houden. Ook als er gastacteurs, -schrijvers of –regisseurs aangetrokken moeten worden. Tevens zal de Code Cultural Governance gehanteerd blijven worden. De zeer actieve en betrokken RvT van de Mug hecht daar net als de groep zelf veel belang aan.

Ter afsluiting van deze paragraaf over zakelijke kwaliteit en beleidsvoering wil de Mug graag een paar kanttekeningen plaatsen. Het vinden en behouden van substantiële sponsoren is bijzonder moeilijk, zelfs voor een gezelschap met een groot netwerk als de Mug. Voor beginnende kleine gezelschappen zal het schier onmogelijk zijn. Ook wijst de Mug er op dat zij weliswaar met gemak het EIQ haalt, maar dat mede te danken heeft aan inkomsten uit televisie of ander werk en niet uitsluitend uit publieksinkomsten. En tot slot hecht de groep er waarde aan haar medewerkers niet onder de CAO-normen te belonen, iets waar veel andere gezelschappen steeds vaker toe gedwongen worden.

Publieksbenadering

Marketingdoel

Het totale aantal bezoekers is de huidige kunstenplanperiode toegenomen van 8.000 tot 13.000 gemiddeld per jaar, een groeipercentage van 62 procent. Zoals geformuleerd op de eerste pagina van dit beleidsplan is het de hoofddoelstelling van de Mug om met haar missie zoveel mogelijk mensen te bereiken. Het voornaamste marketingdoel van de groep is dan ook om haar publiek te laten groeien naar gemiddeld 15.000 bezoekers per jaar.

Doelgroepen

Volgens publieksonderzoek is onder het Mug-publiek de groep van hoogopgeleide cultuurliefhebbers tussen de 41 t/m 50 jaar oververtegenwoordigd. Die groep is de laatste jaren aangevuld met een publiek van dezelfde leeftijd dat minder frequent het gesubsidieerde theatercircuit bezoekt. Zij wordt aangetrokken door de voorstellingen die Marcel Musters, inmiddels bn-er, samen met andere van de televisie bekende gasten in kleine en soms grote zalen speelt. Ook ziet de groep met tevredenheid dat het aantal jonge bezoekers toeneemt, met name in de vier grote steden. Daarnaast benadert de groep per voorstelling een publiek dat raakvlakken heeft met de betreffende thematiek. De Mug gaat in 2017-2020 een aantal marketingmiddelen inzetten om deze vier doelgroepen te vergroten.

- trouwe Mugbezoekers
- theaterliefhebbers buiten het gesubsidieerde vlakke vloercircuit
- jonge potentiële theaterliefhebbers
- een specifieke productie gerelateerde doelgroep

Marketingstrategie

De Mug wil via marktverdieping haar trouwe publiek behouden en tegelijk meer kaarten laten kopen. Daarvoor zal ze haar communicatiemiddelen verbeteren en uitbreiden. Via marktontwikkeling wil ze meer nieuwe bezoekers zien te werven. Dat doet ze door speciale acties waarmee ze zowel een jongere doelgroep, als een doelgroep die raakvlakken heeft met het thema van de voorstelling aantrekt.

Marketingmiddelen

1. De communicatie met de trouwe Mugbezoekers verloopt grotendeels via nieuwsbrieven, social media en de website. Afgelopen jaar is de nieuwe verbeterde website gelanceerd, met een responsive mobiele versie. De Mug is bijgeschoold in editing en websiteonderhoud. Door het uitbreiden van publieksbereik op social media krijgt de groep nu veel directe reacties binnen en is beter meetbaar hoeveel mensen er daadwerkelijk doorklikken naar de kaartverkoopsites van de theaters. Ook draagt de Mug actief input aan voor de communicatiemiddelen die de speelplekken hanteren. In nauw overleg met de communicatie-afdelingen zorgt de groep dat eerdere Mugbezoekers en publiek van vergelijkbare voorstellingen via verschillende wegen op de hoogte worden gehouden. De Mug combineert daarnaast traditionele promotiemiddelen als flyers, affiches en uitladders met online advertenties. De Muggerwareparty is in het leven geroepen, om als een 'live-trailer' publiek in een vroeg stadium te interesseren voor nieuwe projecten.

2. De Mug gaat haar pr-relatie met de theaters verstevigen. In sommige theaters speelt de Mug al jaren en zowel publiek als medewerkers kennen de groep goed. Om dit te behouden, gaat de Mug graag in op speciale verzoeken van de theaters, zoals het geven van inleidingen en nagesprekken of het meewerken aan bijvoorbeeld Het Grote Toneelkijkerfeest in Theater aan het Spui. Over de prijs van toegangskaarten laat de Mug zich adviseren door de speelplekken, die weten wat vergelijkbare voorstellingen kosten en vaak hun vaste kortingsystemen hanteren.

3. Omdat op de vaste speelplekken al een trouw publiek zit, zoekt de Mug naar andere theaterliefhebbers door op nieuwe locaties te spelen. Vaak is dat buiten de grenzen van het vlakke vloercircuit, bijvoorbeeld in De Kleine Komedie of in andere grote lijsttoneelzalen, op de Parade of op andere bijzondere locaties. De groep denkt haar publiek daarnaast te kunnen verbreden door haar Europese plannen.

4. Mugmetdegoudentand wil de komende jaren extra aandacht besteden aan jonge theaterliefhebbers. Want hoewel het aantal jonge bezoekers is toegenomen, is er nog een hele inhaalslag te maken. De groep wil dat doen door op meer plekken – bijvoorbeeld festivals – met een jonger publiek te spelen. Ook zal ze meer gaan samenwerken met hogescholen en universiteiten, bijvoorbeeld door promotieacties in de nieuwsbrieven van deze opleidingen. Om meer bekendheid te krijgen bij twintigers wil de Mug een groep jonge ambassadeurs aanstellen, in overleg met enkele theateropleidingen en studies. Dit zijn jongeren die potentieel geïnteresseerd zijn in theater. Zij kunnen standaard alle try-outs bezoeken en met de Mug napraten. Zo leren ze enerzijds iets van de beroepspraktijk en kunnen ze anderzijds iets betekenen in de promotie van de voorstelling bij leeftijdsgenoten. Om de jongere doelgroep ook online te vinden, maakt de Mug extra marketingbudget vrij dat ingezet gaat worden op Google Ads- en Facebookcampagnes. Iets minder dan de helft van de online bezoekers is jonger dan 44 jaar. Mugmetdegoudentand wil middels bijvoorbeeld een '*boek nu*' knop deze potentiële doelgroep overhalen daadwerkelijk een kaartje te kopen en zo de conversie optimaliseren.

5. Per afzonderlijke voorstelling beschrijft de Mug altijd een potentiële nieuwe doelgroep die raakvlakken heeft met het thema van de voorstelling. In het verleden waren dit bij Sinaasappelstraat bijvoorbeeld PvdA-leden, bij Kunsthart lokale musea en orkesten en in het geval van De Freudjes zijn dit mantelzorgers en GGD-medewerkers. Voor

zulke doelgroepen bedenkt de Mug in goed overleg met de theaters uitnodigingen, promotieacties en eventuele groepskortingen. Ook zijn de acteurs bij zo'n speciale groep altijd bereid om nagesprekken te voeren.

6. Free publicity speelt een belangrijke rol in de marketingmix van de Mug om zo meer awareness te creëren. De groep verkeert in de gelukkige positie dat vrijwel alle kranten haar voorstellingen recenseren. Daarnaast verschijnen er regelmatig voorpublicaties in kranten. De Mugleden schuiven daarnaast soms aan bij radio- en televisieprogramma's. Om dit in de toekomst nog vaker te doen, wil de groep sommige van haar voorstellingen voor de televisie blijven registreren of adapteren. Dat is een zeer succesvolle marketingstrategie gebleken, waarmee de groep in het jaar 2015 ruim 550.000 televisie kijkers bereikte en een aantal interviews in landelijke talkshows kreeg.

7. Mede door het samenwerken met van de televisie bekende gastacteurs breidt de Mug haar netwerk van geïnteresseerde journalisten steeds verder uit. Daarnaast heeft de groep een groot netwerk van theatermakers en kunstenaars, maar ook van bestuurders en directies van culturele instellingen. Dit netwerk is vaak bereid om berichten over nieuwe voorstellingen te verspreiden, te twitteren, reclame te maken en hun eigen netwerk uit te nodigen. Ook komen er via dit netwerk regelmatig verzoeken binnen om voorstellingen voor bijzondere plekken te spelen, zoals Kunsthart voor een groep donateurs van het Mauritshuis.

8. Voor het verzamelen van klantdata wil de Mug de komende jaren intensiever samenwerken met de vaste en nieuwe speelplekken op dit gebied en zo meer gegevens van publiek verkrijgen. Ook is de groep net lid geworden van Podiumkunst.info in de hoop dat dit platform uiteindelijk meer inzicht in gegevens van bezoekers zal opleveren. Voor haar relatiebeheer maakt de groep nu gebruik van Customer Relationship Management (CUS) waar de gegevens van nieuwe potentiële bezoekers worden beheerd. Vanuit dit systeem verstuurt de Mug ook haar mailingen en nieuwsbrieven.

Met de komst van een nieuwe pr-medewerker heeft de Mug de afgelopen jaren al een inhaalslag gemaakt op het gebied van marketing en communicatie. De Mug wil dit proces nog verder optimaliseren door het volgen van cursussen en door advies in te winnen bij marketing collega's. Zo heeft het al eerder genoemde Mugweekend de groep nieuwe inzichten op pr-gebied opgeleverd. Door de nauwe samenwerking met de publiciteitsafdeling van de Stadsschouwburg Amsterdam, maakt de Mug hernieuwde afwegingen tussen esthetische en functionele criteria voor drukwerk. En voor het aanstaande optreden in Carré leert de groep bijvoorbeeld van gesprekken met Soldaat van Oranje-producent Fred Boot. Door zulke gesprekken blijft de Mug goed op de hoogte van trends en mogelijkheden en wordt de marketing steeds effectiever.

5. Spreiding

De Mug vindt het belangrijk dat haar voorstellingen in het hele land te zien zijn. Ze was dan ook blij dat ze onlangs, na lange tijd, weer in het moeilijk bespeelbare Zeeland stond dankzij de inspanningen van een bevlogen en commerciële theaterprogrammeuse. De Mug heeft binnen dat ruime Nederlandse speelveld wel een duidelijke voorkeur voor plekken met een actieve en enthousiaste organisatie. Met een aantal van die teams wil de groep

haar krachten bundelen om haar publieksbereik te vergroten. Zo zijn er plannen voor Mug minifestivals, waar meerdere voorstellingen van de groep in een bepaalde stad in één week te zien zullen zijn, zodat het de moeite loont ook randprogrammering in te zetten. Gedacht wordt daarbij bijvoorbeeld aan het vertonen van televisie-adaptaties of -series van de groep. Daarnaast wil de Mug de ingezette trend om op bijzondere locaties te spelen ook de komende kunstenplanperiode doorzetten. Zo speelde ze onlangs in het Mauritshuis, op het Brainwash-festival, in debatcentrum De Nieuwe Liefde. En gaat ze nog spelen bij de uitreiking van de Gouden Ganzenveer, bij een D66-bijeenkomst, in Carré en bij een openingsdag van de Nationale Opera. Ook zal er een locatievoorstelling op het platteland van Groningen gemaakt worden. Door de samenwerking met De Koe uit Antwerpen is er de verwachting de speelbeurten in België te kunnen uitbreiden. En er zijn plannen om Hannah en Martin in Londen te spelen. Met het Europese project hoopt de Mug natuurlijk ook in een aantal andere Europese steden te gaan spelen. Maar haar kerntaak zal het spelen door heel Nederland blijven. De verkoop van de voorstellingen wordt gedaan door zakelijk leider Margreet Huizing en is nooit een probleem. In 2016 zijn Roermond, Meppel, Zwolle en Leeuwarden er als nieuwe speelplekken bijgekomen.

6. Talentontwikkeling

In de huidige kunstenplanperiode heeft de Mug onder de noemer Mugmetdevuurvliegen tweemaal een aantal beginnende schrijvers begeleid. Het resultaat was niet altijd optimaal omdat er in groepsverband werd gewerkt in een korte tijdsspanne van een paar weken. De Mug denkt dat zo'n talent-ontwikkelingssamenwerking meer gebaat is bij een traject dat meer op de persoon is toegesneden.

Zoals gezegd vindt er op de Mug een structurele inhoudelijke dialoog plaats, waarin naar verbanden onder de afzonderlijke producties wordt gezocht. Ook zoekt de groep voortdurend naar bijzondere vormen om haar inhoudelijke verhaal te vertellen. De Mug vindt het belangrijk om jonge makers van verschillende disciplines bij dat gesprek en die zoektocht te betrekken.

Concreet betekent dit dat de Mug voor Vuurvliegen 2.0 het afgelopen jaar zorgvuldig naar regie-, vormgeving-, en schrijftalenten heeft gezocht. Met een aantal van hen heeft ze de afgelopen maanden intensieve gesprekken gevoerd. Daaruit zijn vijf beginnende en verwante makers boven komen drijven, waarmee een persoonsgericht traject is uitgezet. Alle Vuurvliegen worden in hun eigen discipline afzonderlijk begeleid en bij een aantal specifieke producties betrokken. Dat kan zowel in een ondersteunende als zelfstandige functie zijn. In het laatste geval zal het begeleidende Muglid altijd op de achtergrond voor advies beschikbaar zijn en wordt er met enige regelmaat geëvalueerd. Daarnaast zullen de Vuurvliegen in wisselend verband aanschuiven bij de inhoudelijke gesprekken van de groep. Afhankelijk van de voortgang zal de duur van de trajecten variëren van enkele maanden tot meerdere jaren.

De Vuurvliegen 2017-2020 zijn:

LILIANE BRAKEMA (regie) begon haar opleiding in 2009 aan de toneelacademie Maastricht en studeerde in 2015 af aan de regieopleiding van Amsterdam. Brakema valt op door de gedrevenheid en betrokkenheid waarmee ze haar werk doet. Zelf zegt ze dat ze de denkende mens wil laten voelen en de voelende mens wil laten denken over prangende maatschappelijke kwesties. Tot nu toe heeft ze meestal repertoire teksten bewerkt om

daarmee een verhaal over het nu te vertellen. Daarbij probeert ze veel verschillende stijlen en vormen uit, waarbij ze bereid is om risico te nemen. Brakema hoopt bij de Mug meer technische tools in handen te krijgen om van scratch af aan een voorstelling te maken. De groep heeft haar gevraagd om het project Succesformule/Sociaal Kapitaal over de gevolgen van neo-liberaal beleid te regisseren. Begeleiding: Lineke Rijxman, Joan Nederlof.

SANNE NOUWS (regie en tekst) studeerde in 2013 cum laude af aan de regieopleiding van Amsterdam. Ze maakt voorstellingen waarin beeld, tekst en muziek ongeveer gelijkwaardig zijn en die opvallen door een intensieve samenwerking tussen Nouws en haar hele artistieke team. Een werkwijze die verwant is aan die van de Mug en die ze zelf 'Gesamtkunst' noemt. Ook het contact tussen spelers en toeschouwers, het zelf schrijven/samenstellen van teksten en het blootleggen van mechanismen onder menselijk gedrag zijn overeenkomsten tussen deze jonge regisseuse en de Mug. Nouws zegt zelf graag bij de Mug te gaan werken vanwege het spelplezier van de groep en hun jarenlange ervaring in spelen, maken, schrijven en regisseren. Bovendien wil ze leren van de manier waarop de groep productioneel en zakelijk gerund wordt. De Mug heeft Nouws o.a. gevraagd om in het karakteristieke Groningse landhuis van vormgever Christiaan Klasema, met een aantal jonge acteurs een locatievoorstelling te maken. Begeleiding: Christiaan Klasema, Lineke Rijxman, Margreet Huizing, Joanne Mensert.

EAMONN HARNETT (vormgeving) studeerde al af aan de Gerrit Rietveld Academie en rondt dit jaar zijn masteropleiding Visual Arts aan het kunstenaarsinstituut de Ateliers af. Hij viel de Mug op door een opmerkelijke performance, waarvoor hij theatrale attributen (kleding, vloer, kooi, keramiek) ontwierp die zijn toenmalige levensfase markeerden. Momenteel werkt hij aan een verhalende installatie rond zijn jeugd aan de Ierse kust (bovenwater, onderwater, spiegel, rotsen) waarin hij de toeschouwer betrekt via een lichamelijke ervaring van de natuur. De Mug vindt zijn perfomances spannend en voelt zich aangesproken door de verhalende en persoonlijke elementen van zijn werk. De groep zoekt altijd naar bijzondere en onconventionele vormen en zou dan ook graag zien dat Harnett voor de Mug gaat werken. Begeleiding: Christiaan Klasema.

JORIS LAM (interactive design) heeft vanuit een opleiding Marketing & Communicatie de stap van denken naar maken gezet door zich zo veel mogelijk technieken eigen te maken (o.a. 3D- printen, lasersnijden, Arduino en elektrotechniek). Op dit moment geeft hij leiding aan een team van 3D-animatie specialisten in Manchester voor de ontwikkeling van een pretpark attractie; een virtuele reis over de zuidpool door middel van 3D-projecties op een 9 meter breed scherm met bewegende stoelen in een simulator. De Mug wil in een aantal van de komende producties, met name het Europese project, meer gebruik gaan maken van techniek en denkt dat Lam met zijn grote specialistische kennis daar veel aan bij kan dragen. Omgekeerd hoopt Lam zijn talenten meer te ontwikkelen binnen de artistieke visie van de Mug. Begeleiding: Christiaan Klasema.

NINA WEIJERS (tekst) is romanschrijfster en columniste bij de Groene Amsterdammer. Ze schrijft over grote thema's, met een hele eigenzinnige stem. Over kunst, zien en gezien worden, over individualisme en identiteit en over het manipuleren van de werkelijkheid. Thema's die regelmatig bij de Mug terugkeren. Haar stijl is helder, grappig en associatief. Ze is jong en staat met beide benen in de wereld van nu, maar in haar schrijven voel je ook tijdloosheid. Weijers heeft niet eerder voor toneel geschreven, maar als het aan de Mug ligt gaat daar verandering in komen. De gesprekken tussen Weijers en de Mug moeten

nog beginnen, maar uit het eerste contact bleek er wederzijds een duidelijke interesse in samenwerking. De Mug zou graag zien dat Weijers tekstbijdragen gaat leveren aan het Europese project. Begeleiding: Lineke Rijxman, Joan Nederlof.

De groep ziet Mugmetdevuurvliegen 2.0 als een serieus, uitdagend en inspirerend project, dat uitstijgt boven de gangbare manier om bijvoorbeeld stagiaires te begeleiden. Brakema en Nouws gaan daadwerkelijk een voorstelling maken, die ook gespeeld gaat worden en eventueel op reis zou kunnen gaan. Die voorstellingen zullen volwaardig bekostigd worden, met normale salarissen voor alle medewerkers, decorkosten, reis- en verblijfkosten etc. Daarbij wordt gedacht aan een bedrag van ongeveer € 80.000 per voorstelling. Ook Harnett, Lam en Weijers zullen vanzelfsprekend honoraria of salaris krijgen voor wat ze voor de Mug gaan doen. Voor de vormgeving komen daar soms nog extra kosten voor materiaal bij en ook de intensieve begeleiding door Joan Nederlof, Lineke Rijxman en Christiaan Klasema zal door een bepaalde mate van overlapping van werk een aanslag doen op het budget. Daar komt nog bij dat Vuurvliegen 2.0 naar haar aard het risico kan lopen dat een project mislukt.

7. Toelichting op begroting, dekkingsplan en kengetallen

De Mug vraagt voor 2017-2020 bij het FPK een bedrag van € 405.000,- aan in plaats van de huidige € 300.000,-. Dit bedrag is tot stand gekomen door de vaste bijdrage, 95 voorstellingen voor de kleine zaal en 5 voor de grote zaal plus de talentontwikkelingsbijdrage. Bij het AFK wordt een bedrag van € 210.000,- aangevraagd. Dat is gebaseerd op het huidige subsidiebedrag, met een kleine verhoging in verband met de stijging van de loonkosten. Zoals uit de plannen blijkt, begint de Mug in 2017 redelijk bescheiden en eindigt ze groots in 2020. Daar staat het Europese project gepland, waarvoor Europees geld aangevraagd gaat worden en hoge eigen inkomsten worden verwacht in verband met co-productiebijdragen en publieksinkomsten. Ook in de andere jaren wordt een redelijk hoog bedrag aan ‘overige inkomsten’ verwacht. Dat is gebaseerd op de uitbreiding van de televisieplannen, die altijd geld opleveren.
Hieronder nog even in het kort de cijfers van de afgelopen drie jaren.

2013
138 voorstellingen, 11443 bezoekers . EIQ van 30,03 procent

2014
76 voorstellingen, 10183 bezoekers. EIQ van 25,22 procent (met een door ziekte afgelaste productie)

2015
122 voorstellingen, 18630 bezoekers. EIQ van ongeveer 42,50 procent

Zoals eerder gezegd was 2014 door ziekte een zwaar jaar voor de Mug, maar werd ook in dat jaar een redelijk EIQ gehaald. Daaruit blijkt dat de Mug in staat is om bedrijfsrisico’s goed te hanteren, door interne flexibiliteit en een flinke reserve. Bedrijfsrisico’s – zoals dat theaters de voorstellingen niet willen afnemen of dat het publiek niet komt – zijn niet van toepassing op de Mug. Om die reden loopt de Mug qua huisvesting, personeel en financiën geen risico. Er zijn geen lange termijninvesteringen gedaan.