

meerjaren beleidsplan 2017-2020

de
warme
winkel

groot
en
klein
in
nederland
en
europa



INHOUDSOPGAVE //

INHOUDELIJKE PLAN

1. Korte typering van de organisatie.....	2
2. Artistieke visie, signatuur en beschrijving van de activiteiten.....	3
<i>2.a. Artistieke visie en signatuur.....</i>	<i>3</i>
<i>2.b. Ambities 2017-2020; groot en klein.....</i>	<i>4</i>
<i>2.c. Beschrijving projecten 2017 en 2018.....</i>	<i>5</i>
3. Plaats in het veld en bijdrage aan pluriformiteit.....	12
4. Ondernemerschap.....	13
<i>4.a. Publiek en marketing.....</i>	<i>13</i>
<i>4.b. Financiering en bedrijfsvoering.....</i>	<i>16</i>
5. Spreiding.....	17
6. Talentontwikkeling.....	18
7. Toelichting begroting.....	20

1. Korte typering van de organisatie

De Warme Winkel maakt gelaagde, associatieve voorstellingen over historische of actuele thema's. In een radicaal eclecticische stijl pogen we iedere avond opnieuw dóór het cynisme en de ironie van onze tijd heen het publiek mee te voeren naar momenten van oprechte schoonheid. Kunst heeft de mogelijkheid om het perspectief van de toeschouwer te kantelen. Voorstellingen van De Warme Winkel leggen op militant poëische én geestige wijze de vinger op de zere plek, of poneren alternatieven voor zaken waar je niet van wist dat je er al bij neergelegd had.

Er zijn weinig plaatsen waar de verbeelding zo gegijzeld wordt als in het theater. Vanuit een grote urgentie willen wij de ruimte voor theater blijven bevechten. Door zijn vormen ter discussie te stellen en door onszelf als makers niet in de coulissen te verstoppen, maar op het toneel steeds in contact met de toeschouwers onze zekerheden af te werpen. Voorstellingen van De Warme Winkel zijn uitgesproken kunstzinnig en persoonlijk geëngageerd. Ze zijn te herkennen aan een open dramaturgie, waarbij het publiek niet vanuit een superieure positie wordt benaderd, maar deelgenoot wordt van ons onderzoek. We willen de wereld bevragen op een wijze die de opinie- en cultuurpagina's van de krant overstijgt, zonder academisch te worden. Zo zijn onze voorstellingen onconventioneel in hun vorm en denken en toch toegankelijk voor een groot publiek. We zijn bijzonder gemotiveerd om de successen van de afgelopen jaren te verzilveren door onze grenzen verder te verleggen: regelmatig groot werk produceren, radicaler werk op kleine guerrillalocaties presenteren en getalenteerde makers/spelers adopteren om hen te inspireren en te radicaliseren.

Zoals wel vaker met voorstellingen van De Warme Winkel, heb je lange tijd geen idee waar het naartoe gaat en lijkt de voorstelling uit willekeurige, en grotendeels geïmproviseerde losse flodders te bestaan. Maar uiteindelijk heeft alles een functie en zit deze voorstelling veel slimmer in elkaar dan je in eerste instantie verwacht. (...) De kracht van de voorstelling zit hem in die schijnbare richtingloosheid.

» Sander Janssens, 2016, Theaterkrant over Amadeus

De artistieke kern van De Warme Winkel is altijd in ontwikkeling en bestaat in de nieuwe kunstenplanperiode uit Vincent Rietveld, Mara van Vlijmen en Ward Weemhoff. Aan het einde van seizoen 15/16 vertrekt Jeroen De Man. Na diverse eindregies wil Jeroen zijn ambitie om regisseur te worden verwezenlijken. Wij betreuren zijn vertrek – zijn inbreng in 14 van de 29 voorstellingen was een belangrijke factor in ons succes – maar we zijn ook blij dat zo de mogelijkheden worden vergroot om met nieuwe mensen te werken. Jeroen blijft betrokken bij eventuele hernemingen.

Met een kleine en flexibele organisatie creëren wij twee tot vier nieuwe producties per seizoen. Afhankelijk van de hoeveelheid projecten en hun grootte wordt het bedrijf opgetuigd. Rondom de drie artistiek leiders bevindt zich een grote poule artistieke mensen die vaker of minder vaak terugkomen maar zeker ook deel uitmaken van het DNA van De Warme Winkel. We spelen op locatie en in de theaters, we maken supergrote

en heel kleine producties en we coproduceren veel met zowel gezelschappen, festivals als schouwburgen in binnen- en buitenland.

In de afgelopen jaren zijn er bij veel basisinfrastructuur gezelschappen vacatures geweest voor artistiek leiders. De Warme Winkel heeft serieuze gesprekken gevoerd met de instellingen in Utrecht en Groningen. We liepen hier zeker warm voor maar willen geen slachtoffer worden van onze groei, die tot nu toe zo organisch is verlopen. Alle voor- en nadelen die zo'n stap met zich mee zou brengen hebben wij besproken en uiteindelijk hebben we de boot afgehouden. Wij geloven dat we die voordelen in onze plannen voor de komende vier jaar hebben weten te verwerken; groot werk maken, aanwezig zijn in een stad, en met jonge makers en samenwerkingspartners onze impact vergroten.

2. Artistieke visie, signatuur en beschrijving activiteiten

2.a. Artistieke visie en signatuur

De Warme Winkel bestaat uit mensen, maar is bovenal een methode en een mentaliteit. De mentaliteit bestaat uit wendbaarheid, openheid en een gezonde argwaan naar modieuze smaken en meningen. De makers delen een liefde voor geschiedenis en een fascinatie voor onze onoverzichtelijke en veelvormige tijd. We willen te allen tijde verwachtingen bijstellen, die van onszelf en die van ons publiek, zowel over de vorm en inhoud van de voorstelling als over maatschappelijke en historische ontwikkeling. We omarmen extreme consequenties van ideeën en zijn constant op jacht naar originele invalshoeken. We willen kinderlijk plezier delen, zonder behaagziek te zijn. We houden van raadsels en we houden van spelen. We willen persoonlijk bewogen worden en dat mag gênant zijn. We staan open voor en bedienen ons van alle beschikbare stijlen. We vinden onze inspiratie op straat, in de bibliotheek, in hoge en lage cultuur, op internet en in de geschiedenis. We houden van taal en spelen met metaforen, ironie, pastiche, vorm, parodie, ritme, lengte, emotie en clichés.

De artistieke kern van De Warme Winkel valt in termen van leeftijd precies tussen twee generaties in: de postmodern en de metamodernisten. Wij voelen ons daar senang bij. We deconstrueren waar nodig, ontleden op gulzige wijze inhoud en vorm. Maar tussen de resten op onze snijtafel zoeken we altijd naar een zekere waarheid, desnoods subjectief, desnoods gelijkwaardig aan een andere. We zijn naïef uit noodzaak, zonder onnozel te zijn. Daarbij steeds opnieuw de banale rotheid van de wereld in acht nemend, in het volle besef dat schoonheid ook, juist, daar gevonden kan worden.

De Warme Winkel heeft met behulp van spot, zelfreflectie, filosofische monologen en een levend decor een unieke en bijzonder interessante en gelaagde locatievoorstelling gemaakt.

» Jasmijn Spranges, 2013, Cutting Edge over Achterkant

De methode die we hebben ontwikkeld heeft een grote invloed op onze stijl en de uiteindelijke voorstellingen. Onze onderwerpkeuzes en plannen komen voort uit 'spreekbeurten'. We houden een aantal keer per jaar spreekbeurtavonden. Daar vertellen we elkaar over onderwerpen die we hebben bestudeerd en hier nodigen we ook soms mensen voor uit.

Als er eenmaal voor een project is gekozen, dan bereidt ieder van ons de repetities onafhankelijk voor door alles op te zuigen dat met het onderwerp te maken kan hebben. In een sfeer van geheimhouding ontwikkelen we ideeën en in de eerste helft van de repetitieperiode doen we op de vloer voorstellen in de vorm van 'acts' of 'acties'. Dit kan alles zijn, van solo's tot groepsimprovisaties, van teksten tot vormideeën en pesterige interacties met het publiek. We hoeven het niet van te voren eens te worden, maar we overtuigen elkaar met voorstellen en dat werkt bijzonder effectief. In het beste geval dringt het uiteindelijke stuk zich aan ons op. Soms wordt de voorstelling een associatieve opeenvolging van zeer diverse scènes en fragmenten, leunend op een compositorische dramaturgie als een dans- of mimevoorstelling. Soms bouwen we één act uit tot voorstelling. Uiteindelijk hebben we altijd een eindregisseur die het tot een dwingend geheel moet kneden. Anders dan de meeste collectieven bestaat onze werkwijze dus vooral uit spelen en niet zozeer uit praten. Zo creëren wij een 'cultuur van bijdragen' die ons zeer open en toegankelijk maakt. Makers en spelers die als gast meewerken, maar ook licht-, decor -en geluidsontwerpers en productiestagiaires kunnen bepalende bijdragen doen.

Wij geloven dat onze mentaliteit en methode aansluiten bij deze tijd en bij nieuwe generaties makers en publiek. We hebben de uitgesproken ambitie om hiermee school te maken. We doen dit door te werken met gastacteurs, makers en stagiairs binnen het gezelschap en door les te geven, te coachen en eindregies te doen. De komende jaren gaan we dit verder opvoeren.

De openheid die voortvloeit uit onze mentaliteit en methode is niet alleen artistiek maar ook organisatorisch. Wij gaan graag en veel met andere partijen in zee. Doordat ons bedrijf zo flexibel is georganiseerd hebben wij ook de wendbaarheid die nodig is om op veel verschillende manieren met verschillende partijen slagvaardig samen te werken.

2.b. Ambities 2017-2020; groot en klein

Wij willen de aanstaande jaren hot & happening zijn in het klein en van naam & faam worden in het groot.

Groot

Wij hebben ons de afgelopen jaren bekwaamd in het grote werk. De veelbesproken kloof tussen de kleine en de grote zaal bleek voor ons makkelijk overbrugbaar. De komende jaren willen we ten minste één grote productie per jaar maken. Door hierin continuïteit te bieden geloven wij dat de hoeveelheid betrokken schouwburgen en ons publieksbereik stevig kunnen groeien. Met artistiek relevant werk en stevige coproductanten wil De Warme Winkel terrein (terug)winnen op de commercialisering in dit circuit. We zijn ervan overtuigd dat het in de grote zaal gaat gebeuren deze eeuw; die schouwburgen staan er toch en zijn voor gemeentes 'too big to fail' en het grotere publieksbereik vergroot ook de impact van ons werk.

Klein

Verder willen we ons toeleggen op wat wij intern *Amsterdamse lente-projecten* noemen: kleine, door de actualiteit geïnspireerde projecten op bijzondere locaties in Amsterdam met een guerrilla-achtige uitstraling. De afgelopen jaren wisten we zo buzz te creëren met *Luitenantenduetten* in de atoombunker in het Vondelpark, *San Francisco* in het Slangenpand op de Spuistraat, *Paradijs* in het oude TIN op de Sarphatistraat en *Achterkant* in de laad- en losruimte van de Stadsschouwburg Amsterdam. Het idee achter deze voorstellingen is om zoveel mogelijk risico te lopen en mislukking niet uit de weg te gaan. De stukken blijven spelen zolang er publiek voor is. Door de ervaring met onze eerdere projecten hebben we een gereedschapskist met meer of minder subtiele marketingtools. Indien dat praktisch haalbaar is, gaan deze stukken bij succes op tour in de kleine zaal of op 'locatie tournee'. Dat we een tour niet van tevoren inplannen geeft een enorme artistieke vrijheid die zich heeft vertaald in zeer relevante, succesvolle producties.

Een andere sterke ambitie voor de komende jaren ligt op het gebied van talentontwikkeling. Het werk van De Warme Winkel is altijd sterk gebaat geweest bij een constante influx van nieuwe stemmen, medewerkers en ideeën. We geloven dat wij jonge theatermakers kunnen besmetten met onze mentaliteit en onze radicaliteit én dat het Nederlandse theater daar baat bij heeft.

In 2017-2020 produceert De Warme Winkel 4 à 5 grote zaal voorstellingen waarvan 2 op locatie, minimaal 6 kleine locatieprojecten en minimaal 4 voorstellingen van nieuwe makers. Daarnaast willen we onze extra publieke momenten uitbreiden. De afgelopen jaren zijn er twee momenten in het repetitieproces toegankelijk geworden voor publiek. Wij hielden altijd al inspiratie avonden aan het begin van het proces, met experts op het gebied van het thema of onderwerp dat we behandelen. De afgelopen jaren hebben we die tot ieders plezier openbaar gemaakt. Voor deze avonden wordt vaak een verbinding gelegd met universiteiten en andere partners.

Een gedurfde, groteske, disharmonische kijk op dé aanslag.

» Hanny Alkema, Trouw, 2014 over Gavrilo Princip

2.c. Beschrijving projecten 2017 en 2018

Hieronder zijn alle nieuwe projecten beschreven. Voor 2017 en voor de grote projecten staat de planning al vast. Met de kleinere locatieprojecten die beschreven worden kan vanwege veranderende urgentie nog geschoven worden.

De projecten van jonge makers staan – behalve Indiaan – hier nog niet in vermeld. Vaststaat dat we seizoen 2017/2018 met Marieke de Zwaan werken.

de Exoot

Eten of gegeten worden

We beginnen 2017 met een locatieproject met tentoonstelling in coproductie met Stichting Showmachine van Joachim Robbrecht. Europa bejegt het Vreemde met angst. Levend bewijs zijn de als champignons uit de grond rijzende hekwerken die de stroom aan vluchtelingen moeten buiten houden, de protesten tegen de AZC's et cetera. Het was ooit anders: In de Gouden Tijd trokken we er lustig en massaal op uit om het vreemde te veroveren. Het waren de vreemden die met de toestroom aan Europese conquistadores moesten omgaan. Hoe reageerden zij? Eén van de meest tot de verbeelding sprekende strategieën was antropofagie, het kannibalisme. In de zeventiende eeuw maakten de Nederlandse schilders Frans Post en Albert Eckhout iconische afbeeldingen van de Braziliaanse kannibalen. Vandaag is er nauwelijks nog een Nederlander die weet dat Brazilië ooit een Nederlandse kolonie was. In Europa werden de reisverhalen over het leven bij de kannibalen (o.a. van Hans Staden) nog gretiger gelezen dan Michel Montaignes essay (1580!) over het kannibalisme waarin hij het Europese superioriteitsgevoel relativeert.

In de media wordt de Europese omgang met het 'vreemdelingen-management' nauwelijks historisch of filosofisch geduid. Er is in het debat, aangejaagd door de praktische kant van de problemen, geen ruimte voor introspectie, geschiedenis, twijfel, ironie, ambiguïteit, laat staan humor. Daarom willen we, na de zomer van 2016 waarin de Olympische Spelen in Brazilië plaatsvinden, een voorstelling maken waarin we het kannibalisme, die goede Braziliaanse gewoonte, als theatrale metafoor gebruiken. Een satirische voorstelling die 'het vreemde' op een totaal andere manier voor het voetlicht brengt.

Meer dan een voorstelling...

We willen van *Exoot* meer maken dan een voorstelling. We maken *Exoot* op een locatie die tegelijkertijd kan dienen als theatrale expositieruimte. Het publiek kan overdag en al voorafgaand aan de voorstelling de ruimte/installatie bezoeken. De ruimte zal een exotische sfeer (denk: tropisch zwemparadijs) ademen waarin verschillende werken te zien zijn van beeldend kunstenaar en vormgever Jan Brokof, die al eerder met Robbrecht werk maakte rond deze thematiek in de context van de beeldende kunst.

Concept Joachim Robbrecht en De Warme Winkel **Regie** Joachim Robbrecht **Spel** Ward Weemhoff, Marianne dos Santos Senne **Setdesign** Jan Brokof **Speelperiode** voorjaar 2017 Locatievoorstelling klein, langere periode op 1 locatie (Rotterdam, Amsterdam Berlijn e.a.), *in coproductie met Stichting Showmachine, 25 speelbeurten*

Wagner – Ring des Nibelungen

Verspreid over het seizoen 16/17 werken Mara, Vincent en Ward aan verschillende delen van dit monument van het totaaltheater op de toneelscholen van Brussel, Amsterdam, Antwerpen en Maastricht. In drie weken

smeden we de afzonderlijke delen –met tientallen studenten- samen tot een marathonversie van de volledige *Ring des Nibelungen* (+/- 15u) dat in ieder geval zal spelen op de Operadagen in Rotterdam.

De eerste van twaalf CD's wordt aangezet en tijdens het verloop van deze opname worden scènes meegespeeld, dan weer inhoudelijk of historisch geduid, muzikaal geanalyseerd of zeer persoonlijk geïnterpreteerd door de spelers. Hakenkruizen worden niet geweerd; Joodse dirigenten opgevoerd; kleren gaan uit; ruzies geslecht: ofwel, je krijgt een urgente interpretatie zonder dat je ook maar één letter in een programmaboekje hoefde te lezen, een euvel dat een operabezoek over het algemeen hoogdrempelig maakt.

Aan verschillende interpretaties geen gebrek: Wagner vertrok vanuit de Teutoonse mythen en voert fabuleuze figuren op als dwergen, reuzen, waternimfen, goden en anarchisten die zich nochtans prima lenen om grote maatschappelijke vraagtekens te plaatsen. Met Nietzsche en Bakoenin als zijn beste vrienden is zijn oeuvre en werk een explosieve cocktail van anarchie en verheerlijking van de nieuwe mens, die later met enthousiasme door de nationaalsocialisten naar zich toe is getrokken. Muzikaal gezien is hij ongeëvenaard van impact, op het pompeuze af, maar des te theateraler. Ieder personage, elk belangrijk voorwerp of locatie heeft een eigen muzikaal thema (leidmotiv) dat de luisteraar/kijker moet begeleiden. Een dergelijke associatieve dramaturgie doet onze handen jeuken.

Bij de toneelacademies is enthousiasme voor dit idee. Zowel om de studenten met De Warme Winkel-methode op zo een onneembare vesting als Wagner af te sturen, als om hiervoor met andere toneelscholen samenwerking te zoeken waardoor de studenten elkaar en andere stijlen leren kennen. Voor De Warme Winkel is het naast een kans om een hele generatie nieuwe makers te leren kennen ook een uitgelezen kans om iets neer te zetten, dat groter is dan onze budgetten ooit zullen toelaten.

Spel Jonas De Vuijst, Lauranne Paulissen, Evgenjia Lukas en vele anderen **Regie** Ward Weemhoff, Vincent Rietveld, Mara van Vlijmen **Speelperiode** voorjaar 2017 Grote zaal, *in coproductie met Operadagen IT's Festival en verschillende toneelscholen (er worden nog gesprekken gevoerd met de Operadagen Rotterdam), 10 speelbeurten*

Wat begint als een leuk moment met het publiek, eindigt als een agressieve reality check. [...] Zo zet We are your friends onuitgesproken dilemma's op scherp.

» Wouter Hillaert, 19 2014, De Standaard over We Are Your Friends

Indiaan

De ontleding van Pocahontas en andere fantasieën

Als er één volk op aarde in contact en harmonie met de natuur heeft geleefd dan is het de indiaan. De indiaan als het ultieme symbool voor vrijheid. De indiaan die uit de aarde geboren wordt en na zijn dood in diezelfde aarde terugkeert. De indiaan met filosofieën en leefregels die haaks staan op de onze.

Indiaan is het tweede project van jonge makers Anneke Sluiters en Vincent Brons bij De Warme Winkel. Tijdens hun opleiding aan de HKU ontwikkelden zij een sterke band dankzij hun gedeelde fascinatie voor de werking, manipulatie en fantasie van popcultuur. Hun eindexamenvoorstelling (2012) werd geregisseerd door Mara. Anneke neemt de rollen over van Maria Kraakman bij De Warme Winkel en speelde meermalen in *Gavrilo Princip*. In 2016 maken zij hun eerste project bij ons met Jeroen en Mara in coproductie met Artemis. *De meest zwaarmoedige voorstelling ooit, (waarvan het hele publiek moet huilen)*.

Voor *Indiaan* dompelen Vincent en Anneke zich onder in de rijke geschiedenis van de Native Americans en brengen zich samen met de nieuwe leden van hun zelf opgerichte stam in trance. In een groot en onstuimig ritueel zullen zij sluipen zoals Pocahontas, over gladde stenen onder een waterval. Zij willen geloven dat de geest van hun grootmoeder in een boom op de hoek van de straat leeft en hen cryptisch advies geeft over de liefde. Anneke wil een bizon vangen. Vincent wil vuur maken en een kano bouwen met een wasbeer als sidekick. Ze willen Moeder Aarde bezingen, het heelal hen de weg laten wijzen en vriendschap opbouwen met planten en dieren. Vanaf nu zijn de regen en de rivier hun broeders en schilderen ze met alle kleuren van de wind.

Indiaan wordt een fysieke en beeldende voorstelling waarin Vincent en Anneke zich overgeven aan hun romantische verlangens, onhandige zelfredzaamheid en Disney rituelen en wordt de ultieme poging om een eigen utopie te starten.

Concept Anneke Sluiters en Vincent Brons **Spel** Barnaby Luke Savage, Joke Emmers en zeven stagiairs **Sounddesign** Palmbomen **Traject management** Vincent Rietveld **Eindregie** Mara van Vlijmen **Speelperiode** Zomer festivals, première op Oerol 2017, *in coproductie met Oerol, 20 speelbeurten*

Oktober (werktitel)

Wij vieren de 100ste verjaardag van de Russische revolutie met een oeuvre-stuk op basis van het leven en werk van de Russische dichter Vladimir Majakovski (1893-1930). Een voorstelling met een onwrikbaar geloof in de toekomst. Majakovski is de dichter van de Russische revolutie en van de liefde. Maar Majakovski was vooral nieuw. Zijn stijl was nieuw, zijn poëzie was nieuw, de manier waarop hij leefde was nieuw en de manier waarop hij dit alles uitdroeg was ook gloednieuw. De belangrijkste literaire Russische futurist was een schrijvende bonk spieren met het gezicht naar de toekomst.

Voor een passende speelwijze voor een stuk rond deze dichtende Kozakkenzoon probeert De Warme Winkel zich de biomechanica eigen te maken. Deze fysieke benadering is ontwikkeld door tijdgenoot en zielsverwant Vsevolod Meyerhold en past goed bij de 'gespierde' poëzie van Majakovski. Voorafgaand aan de repetitieperiode volgen wij een intensieve workshop in Berlijn door Marc Wortel, die in Rusland biomechanica studeerde bij Gennadi Bogdanov, een docent die zelf nog les heeft gehad van Vsevolod Meyerhold. Onze voorstelling volgt de opbouw van het autobiografische meesterwerk *Wolk in broek*. Dit werk bestaat uit vier delen waarin achtereenvolgens de liefde, de kunst, de politiek en de religie ervan langs krijgen. We stellen ons voor dat het stuk begint als een 'communistische kitsch-musical' vol arbeid, machines

en zwetende lijven. Langzaam maakt deze Sovjet-agitprop-iconografie plaats voor een meer persoonlijke aanpak, waarbij niet de uitroep- maar de vraagtekens domineren. We zijn in gesprek met de Ruhrtriennale om daar op locatie in première te gaan. Maar los van of dit doorgaat maken we er in oktober een zaalversie van die de openingsvoorstelling is voor de verbouwde grote zaal van deSingel in Antwerpen. *Oktober* gaat daarna op tour, te beginnen bij coproductent de Stadsschouwburg Amsterdam.

Concept en spel Mara van Vlijmen, Vincent Rietveld, Ward Weemhoff en anderen **Eindregie** Marien Jongewaard **Slagwerk** Bo Koek **Speelperiode** najaar 2017 Grote zaal, *in coproductie met deSingel en Stadsschouwburg Amsterdam, 35 speelbeurten*

2018

We are your friends 2

Bij sommige producties hebben wij het gevoel dat we het maximale eruit hebben weten te krijgen en zijn er na afloop klaar mee. Soms ook hebben we het gevoel dat er nog veel te halen valt op de ingeslagen weg. In *We are your friends* (2013) onderzochten wij de solidariteit binnen Europa. Wat verbindt ons? Het project werd ondersteund door het 'House on Fire'-netwerk en die culturele samenwerking werd gethematiseerd.

In *We are your friends* deden we alsof we niet waren gekomen (theaters in o.a. Lissabon, Toulouse, Praag en Berlijn) en via een Skype-verbinding 'lokale kunstenaars' aanstuurden in een theatervoorstelling. Dit om geld en milieu uit te sparen en vanuit de hypothese dat lokale kunstenaars beter voeling hebben met de lokale cultuur. In werkelijkheid zaten we in de kleedkamer van het betreffende theater en speelden al die 'lokale' kunstenaars zelf. Het was een uitermate geslaagd project met internationaal succes, woede en discussie. Aangezien de grap hier minder opging sloeg het project in Nederland een beetje dood.

In *We are your friends 2* willen we waar maken wat we in *We are your friends 1* pretendeerden. Wij betrekken voor een half jaar een ruimte in Amsterdam waar we een soort Big Brother-achtige studio bouwen, van waaruit we via internet spelen in de steden waar *We are your friends 1* speelde. We nemen twee maanden om het concept uit te werken en te repeteren. De speelperiode beslaat dan steeds 1 week per speelstad, waarvan we maandag t/m woensdag via internet repeteren met een groep lokale kunstenaars en donderdag t/m zaterdag spelen. In onze dromen sluiten we het project af met een grand finale-avond waarop alle Europese speelplekken zijn ingeschakeld.

Zoals bij elk project proberen we ook nu weer een nieuw genre te munten: Skypetheater. Hierbij onderzoeken we hoe we de specifieke kwaliteiten van theater kunnen behouden op een Skype-verbinding; uniciteit en intimiteit en een relatie aan gaan met onze collega's en publiek daar, en vice versa, want ook in Amsterdam hebben we een klein (live) publiek.

Concept en spel Mara van Vlijmen, Ward Weemhoff, Vincent Rietveld, Maria Kraakman, Harm Duco Schut
Muziek Bo Koek **Eindregie** Gob Squad **Speelperiode** 2020 Kleine/midden zaal, *in coproductie met House on Fire en Toneelgroep Amsterdam, 25 speelbeurten*

Gesualdo

Een oeuvre-voorstelling over de Italiaanse componist en prins Gesualdo (1566-1613). Samen met een van de beste koren ter wereld, het Nederlands Kamerkoor, brengen we deze op zijn minst kleurrijke persoon tot leven. ‘En wat wij zagen was de schoonheid voorbij.’

Over Gesualdo doen veel sappige verhalen de ronde; hij vermoordde zijn vrouw en haar minnaar toen hij ze op heterdaad betrapte, hij zou een sadist zijn en dieren en ondergeschikten martelen, zijn moeder was verliefd op haar oudste zoon en gunde Gesualdo geen blik waardig, hij leed aan verschrikkelijke depressies, hij liet zich door zijn dienaars afranselen en hij liet het bos rond zijn kasteel kappen zodat hij in alle rust kon werken. Ook is er een korte vriendschap geweest tussen Gesualdo en Torquato Tasso, twee briljante kunstenaars met een vergelijkbaar verval van hun persoonlijke leven. Van zijn muziek zijn vooral zijn madrigalen bekend, die qua harmoniek en expressieve chromatiek hun tijd ver vooruit waren. De tegenstelling tussen zijn gepijnigde, destructieve karakter en zijn muziek; verheffend en van bijna bovenaardse schoonheid, interesseert ons zeer.

Basis van de voorstelling is een (fictieve) briefwisseling tussen Gesualdo en Tasso, geschreven door Tido Visser; directeur van het Nederlands Kamerkoor. Tasso schrijft Gesualdo: “Niemand keek naar wat we nog aan menselijkheid bezaten; onze werken werden geprezen, onze karakters kapot gemaakt. Alleen wij, verenigd in ons lot, hadden de moed om tijdens onze laatste ontmoetingen verder te kijken dan de ruïnes van elkaars leven. En wat wij zagen was de schoonheid voorbij.”

Waar de brieven zullen getuigen van intelligentie, nuance, eruditie en sensitiviteit, zullen er tijdens de madrigalen beelden van de gruwelen uit Gesualdo’s leven te zien zijn en krijgt wreedheid zijn eigen poëtische schoonheid.

Concept en spel Mara van Vlijmen, Vincent Rietveld, Ward Weemhoff, Florian Myjer en Marieke de Zwaan
Koorzang Nederlands Kamerkoor **Eindregie** Jetse Batelaan **Speelperiode** 2018 Grote zaal/locatie, *in coproductie Nederlands Kamerkoor, Holland Festival, Kaaitheater Brussel, deSingel Antwerpen, 35 speelbeurten*

In 2002 waren Vincent Rietveld, Ward Weemhoff, Jeroen De Man en Mara van Vlijmen nog een selfmade-gezelschapje dat met gebricoleerde performances – door geldgebrek meestal op locatie – ver onder de reguliere theaterradar bleef. Dertien jaar en een handvol Theater- festival-nominaties later zijn ze niet alleen hot in Holland, maar reppen ook grote Vlaamse huizen zich om het collectief te programmeren.

» Evelyne Coussens 2015, De Morgen over BAM - kunst is geen kast

Nu nog Jünger

Een onvervalst oeuvre-stuk op basis van leven en werk van Ernst Jünger (1895-1998). We voelen ons aangetrokken tot Jüngers overtuiging dat ervaring belangrijker is dan de rationele beschouwing van de wereld. Volgens Jünger moet men, teneinde te kunnen leven, gevaarlijk leven. Wij beschouwen Jünger als een onontdekte schrijver, die door zijn militaire en politieke leven in Duitsland in de eerste helft van de vorige eeuw door de geschiedenis is veroordeeld. Oftewel; hij was fout, maar zijn schrijverschap was van ongekeerde kwaliteit.

Ook zijn 'foute' leven trekt ons aan. Het is ongelooflijk om zijn Parijse dagboeken uit de Tweede Wereldoorlog te lezen, waarin hij in een mooie gedecideerde stijl de schoonheid van de kunsten en de natuur en lofzangen op de Franse gastronomie naast de gruwelen van de oorlog beschrijft. Jünger was al een groot schrijver voor de nazi's aan de macht kwamen. De nazi's hadden het erg moeilijk om figuren uit het culturele leven aan zich te binden en diegenen die zich hier wel voor leenden is het dus ook extra kwalijk genomen (Mengelberg, Richard Strauss). Jüngers oeuvre is doordrenkt met oorlog, mannenvriendschap en aan het homoseksuele grenzende bewondering voor kracht en souplesse van het oorlogvoerende mannenlichaam. Maar hij combineert dit met een grote liefde voor vlinders en kunst.

We hebben al eerder met Jünger gewerkt in de voorstelling *Luitenantenduetten*, waarvoor zijn geromantiseerde biografische werk Luitenant Sturm de grote inspiratie was en ook dagboekfragmenten al een plek hadden. Sindsdien leeft de wens om er een oeuvre-stuk van te maken. Nu is die wens uitgekristalliseerd en lijkt de tijd rijp. We denken aan twee speellocaties: de marinebasis in het centrum van Amsterdam, die net voor publiek toegankelijk is, of Het Paleis van de Weemoed, een burlesk theatertje op de wallen. In dat laatste geval stellen we ons voor dat we bijvoorbeeld elke dinsdagavond spelen zolang er publiek is.

Concept, spel, zang en dans Ward Weemhoff, Vincent Rietveld, Oscar Jan Hoogland, Harald Austbø **Eindregie** Rene Pollesch **Kostuums** Bernadette Corstens **Speelperiode** n.n.t.b., *in coproductie met Frascati, 30 speelbeurten*

2019-2020

In 2011 trokken we rond met *Weense Herfst*; vijf oevrestukken op basis van het leven en werk van Oostenrijkse kunstenaars. We speelden we dit vijfstuk in Brussel, Groningen en Amsterdam, steeds een maand lang. In 2010 begonnen we met *Poëten & Bandieten* volgens hetzelfde recept aan een serie Russische oeuvre stukken waarvan 'oktober' de zevende en laatste is. We broeden op verschillende vormen om ook deze serie met een reizend festival af te sluiten. Met plaats voor de romantische blik, met liefde voor de diep doorvoelde poëzie en voor de Russische ziel die een oneindig lijden lijkt te verdragen. Maar ook een serie voorstellingen die een kater kan opleveren, die de totalitaire visies ontleedt, en die ondoordringelijke staat die zijn volk al eeuwenlang teistert. In 2019 staat de grote locatievoorstelling *De drie musketiers* gepland, in coproductie met het Amsterdamse Bostheater en Oerol. We bewerken voor het eerst een verhaal uit de

Canon van de wereldliteratuur en we verheugen ons om uit te pakken in een soort naturalisme waar de gebroeders D'Ardenne jaloers op zullen zijn. Levensechte gevechten, tijdgebonden kostuums en honderden pony's in een verbluffend mooi natuurlandschap. De voorstellingen *Wijksafari Grachtengordel*, de kindervoorstelling *Homo Ludens*, en *Regieestafette* staan ook in de planning. Daarnaast zijn we in gesprek met BOG. over *Ik Herinner Me* en met De Kift over *Koud Buffet*.

De Rusland-obsessie van De Warme Winkel blijft zijn vruchten afwerpen. [...] Dat bekent veel dubbelrollen, gekke pruiken, accentjes een horrorsoundtrack en vele knipogen naar de tribunes als het allemaal weer eens uit de bocht vliegt. [...] Goed gevonden, zowel het verhaal als de spelers zelf.

» Vincent Kouters, 29 juni 2015, de Volkskrant over De Lady Macbeth van het district Mtnsk

Reprises

De Warme Winkel heeft altijd het beleid gekoesterd stukken te maken voor een bepaalde locatie of gelegenheid en ze pas bij succes of urgentie te hernemen. Het repertoire dat we meenemen naar de periode 2017/2020 bestaat uit *Luitenantduetten*, *Achterkant* (als TGA Lange dagreis naar de nacht weer speelt), *San Francisco*, *Amadeus*, *Privacy*, *Tanizaki*, en *Gavrilo*. We willen hiermee ook in kunnen gaan op buitenlandse aanbiedingen. Zo hernemen we in april 2016 *Tanizaki* op uitnodiging van Toulouse en *Gavrilo Princip* op uitnodiging van Polen. Jaarlijks spelen we minimaal 10 reprise voorstellingen.

3. Plaats in het veld en de bijdrage aan pluriformiteit

Wij werken collectief en vanuit gelijkwaardigheid. Alle leden van De Warme Winkel hebben dezelfde verantwoordelijkheid, dezelfde vrijheid en een net zo groot aandeel in de productie die we aan het maken zijn. En dat betekent dat we, als het stuk er eenmaal is, met een gezamenlijke kracht op de vloer staan: 'Dit zijn wij, want dit hebben wij gemaakt'. De onderzoekende manier waarmee we aan het stuk hebben gewerkt blijft zichtbaar wanneer we het eenmaal spelen: we maken onszelf niet onzichtbaar in een fictieve wereld die door 'levensechte' personages wordt bevolkt. We blijven altijd de theatermakers die een reeks voorstellen aan het publiek doen – tijdelijk, veranderlijk en als spel herkenbaar. Deze transparantie in het spelen moet echter niet alleen leiden tot toegankelijkheid maar ook tot intrigerende verwarring: wie is hier aan het woord? De rol van de toeschouwer staat daardoor ook op het spel. Wij sturen daar bewust op aan. Door persoonlijk engagement af te dwingen maar deze altijd vernuftig vorm te geven in alter ego's of historische figuren, door urgent te zijn zonder de waan van de dag te bespreken, ontstaat de signatuur waarmee De Warme Winkel zich van het Nederlands en Europees theaterveld onderscheidt. Daarnaast is er geen gezelschap dat zulke diverse verschijningsvormen heeft, van klein locatietheater tot grote zaal producties.

We gaan de komende jaren samenwerken met theatermakers met wie we ons verwant voelen. Met Jetse Batelaan en Artemis delen we niet alleen het plezier om het publiek op het verkeerde been zetten, maar ook een geestig en uitnodigend anarchistische theatervorm en dito wereldbeeld. Met Marien Jongewaard van Nieuw West maken we graag experimenteel en oneerbiedig theater. Met muziektheatercollectief Touki

Delphine springen we in het multidisciplinaire diepe. Met Joachim Robbrecht maken we discursieve voorstellingen die extreem talig en filosofisch zijn. De lijnen staan open met BOG en het NNT (Guy Weizman) wat waarschijnlijk ook tot samenwerkingen gaat leiden. Vaste coproductanten de komende jaren zijn Stadsschouwburg Amsterdam, deSingel (Antwerpen), Holland Festival, Kaaitheater (Brussel), Festival Boulevard, Oerol, 30cc (Leuven), House on Fire en Frascati.

4. Ondernemerschap

4.a. Publiek en marketing

Publiek, publiciteit en marketing

De afgelopen jaren heeft De Warme Winkel een vertrouwde achterban opgebouwd en het publieksbereik verder uitgebreid. Deze groep fans weet ons goed te vinden en volgt ons het gehele jaar door in alle producties die wij brengen. We slagen er in om een jong publiek, dat (grotendeels) de weg naar theater niet heeft gevonden, te bereiken. Zij bezoeken onze voorstellingen en wij willen hiermee qua focus de komende jaren doorgaan, we investeren in het uitbouwen van bestaande doelgroepen. De keuzes die we maken ten aanzien van partners, media en marketingtools sluiten hierbij aan.

De Warme Winkel gelooft dat je publiek moet 'maken'. Publiek maken betekent dat je bezoekers in de zaal of op locatie krijgt die daar normaal gesproken niet zouden komen en jonge mensen enthousiasmeren voor theaterbezoek. We staan voor een grote uitdaging, want de drempel om naar het theater te gaan is hoog. Die drempel bestaat uit het vooroordeel dat theater alleen voor de oude en elitaire publieksgroep wordt gemaakt. Daarnaast ontbreekt het vaak aan een aanknopingspunt: de omgeving gaat niet naar theater, ze kennen niemand die meespeelt en het is onduidelijk wat er gebeurt. Onze focus ligt de komende jaren dan ook op het wegnemen van dit vooroordeel. Dit doen we door vol in te zetten op De Warme Winkel als een jong en hot merk. Een gezelschap dat je gezien moet hebben, een verhaal dat je wilt volgen. Door het spelen van langere reeksen in Amsterdam en andere kernsteden willen we verder bouwen aan ons jonge publiek.

Uiteindelijk zijn er maar weinig groepen die een dergelijk gelaagde geschiedenis zo slim, maar ook met zo'n fijne schijnbare nonchalance en gevoel voor humor weten aan te pakken.

» Robbert van Heuven, 2014, Theaterkrant over Gavrilo Princip

De Warme Winkel wil niet alleen met de locatievoorstellingen een buzz teweegbrengen, maar ook op het gebied van marketing en publiciteit met guerrilla-acties deze lijn door trekken. Voor de voorstellingen wordt samen met het artistieke team nagedacht over publiciteit- en marketingacties die anders zijn dan de gangbare marketinginstrumenten. Een voorbeeld hiervan is de kaartverkoop voor de voorstelling Achterkant. Hierbij kon het publiek geen tickets bestellen via de gebruikelijke kanalen (online); men moest bellen naar een speciaal telefoonnummer en inspreken op een antwoordapparaat. Dit soort acties draagt bij aan de

totaalbeleving van de bezoeker: het betreft de bezoeker bij De Warme Winkel door de persoonlijke communicatie en benadrukt exclusiviteit. Dit type actie trekt theater uit zijn vastomlijnde gedragscodes en spreekt hierdoor een breder en jonger publiek aan. We gaan de komende jaren ook investeren in free publicity. De Warme Winkel is hot en dit biedt veel mogelijkheden waardoor we er meer rendement uit kunnen halen. Voor de grote zaalvoorstellingen hebben we voor ogen dat we in de steden waar we spelen meer zichtbaar zijn. Dit kan door bijvoorbeeld de inzet van grote postercampagnes.

In de toekomst moet het merk De Warme Winkel nog steviger worden neergezet. Merkversteving vergt veel mankracht. Om die reden wordt het basisteam op het gebied van marketing en publiciteit uitgebreid. Een nieuwe huisstijl en een nieuwe website moeten zorgen voor een grote visuele herkenbaarheid. Bijzondere marketingacties en publicitaire stunts moeten het gezelschap zichtbaar maken op onverwachte plekken. Een corporate poster-/publiciteitscampagne gericht op het merk De Warme Winkel en niet gericht op een voorstelling is een van de acties die meerdere keren per jaar in verschillende steden terugkomt. De toon van de communicatie is fris, opvallend en uitdagend met vaak een brutale, humoristische of ontregelende ondertoon. De uitingen zijn zeer persoonlijk en voelen ongepolijst aan voor de ontvanger. Geen glimmende foto's of commerciële teksten, tenzij met een knipoog of scherpe rand. Vanzelfsprekend zetten we ook onze vertrouwde achterban in om een groot publiek te bereiken. Door hen ruimte te geven om verhalen te vertellen/ door te geven en aansprekende acties op te zetten via onze website en sociale media. De projecten die we gaan doen met de verschillende samenwerkingspartners zorgen ervoor dat we ook een ander publiek aanspreken. Zo heeft Eddie The Eagle Museum een ander publiek en kan er een kruisbestuiving plaatsvinden om nieuw publiek kennis te laten maken met De Warme Winkel.

Voor ons is het heel belangrijk een relatie aan te gaan met zowel de speellocaties als met het publiek. De theaters alsook het publiek moet meer worden aangeboden dan alleen een vertoning van je werk. We organiseren regelmatig extra acties (afterparty's, concerten vooraf, nagesprekken met experts) rondom onze voorstellingen om een bezoek aantrekkelijker te maken. Zowel de artistieke kern van De Warme Winkel alsook de rest van de organisatie onderhoudt nauwe contacten met de theaters waar we spelen.

De Warme Winkel voegt aan haar verzameling oeverstukken met Tanizaki een intrigerende nieuwe aflevering toe.

» Karin Veraart, 2015, de Volkskrant over Tanizaki

Marketing en publiciteitsinstrumenten

Nieuwe Huisstijl

Voor de nieuwe cultuurplanperiode gaan we een nieuwe huisstijl ontwikkelen. De vormgeving is al een aantal jaren oud en deze gaan we vernieuwen, met een basis die nog meer gericht is op het merk De Warme Winkel.

Nieuwe website

In 2017 bouwen we een nieuwe website die volledig mobile-first is en gericht is op het vertellen en doorgeven van verhalen. In deze tijd is het van essentieel belang een goed functionerende website op

mobiele apparaten te hebben. Dit geldt zowel voor doelstellingen gerelateerd aan verkoop als aan het verstrekken van informatie. Jong publiek voelt zich steeds meer aangetrokken tot interessante beelden dan tot verhalen in tekst en sowieso is er een overgang van schrift- naar beeldcultuur gaande, zo blijkt wel uit de populariteit van Instagram, Pinterest, YouTube etc. Dit is een belangrijke trend waarop De Warme Winkel niet alleen met social media maar ook met de website inspeelt door meer met beelden te gaan werken.

Digitale Nieuwsbrief

Even leek het erop dat met de enorme opkomst van social media de digitale nieuwsbrief zou verdwijnen, maar niets is minder waar. Veel mensen zien op social media door de bomen het bos niet meer en daarom houden wij nog vast aan een digitale nieuwsbrief met daarin alle nieuws van de afgelopen periode handig gebundeld. We gaan de nieuwsbrief ook verder ontwikkelen om in de toekomst meer ruimte te bieden aan beeld, video en social media-integratie. Het artistieke team van De Warme Winkel zorgt grotendeels zelf voor de content van de nieuwsbrief. De brief wordt ingezet als een persoonlijke boodschap aan de lezer, in feite dus echt als een persoonlijke brief. Ons huidige bestand bevat 3000 mailadressen.

Social media

Continu werken wij aan de groei van het aantal volgers op al onze social media. Door verhalen van De Warme Winkel op internet te vertellen, te delen of te 'herverpakken' kun je met veel geduld en inzet een groter publiek bereiken. Social media is bij uitstek geschikt voor het doorgeven en delen van verhalen van onszelf en van onze bezoekers. We maken gebruik van gesponsorde berichten en gerichte advertentie op nauw gedefinieerde doelgroepen toegepast, om het bereik van de berichtgeving te optimaliseren. We willen onze kanalen de komende jaren als volgt doen groeien: Facebook van 6.000 naar 10.000. De afgelopen jaren zijn we ook begonnen met het gebruik van Twitter en Instagram en willen dit de komende jaren intensiveren. Onze ambities is om een groei te maken bij Twitter van 800 naar 1.200 en Instagram van 300 naar 1000. Bij Instagram zetten vooral in op de profilering van het gezelschap. Twitter gebruiken we om een buzz te creëren. De content voor social media wordt geschreven door de makers zelf.

Google Grants

Google biedt non-profit/organisaties een beurs aan ter waarde van \$120.000 per jaar die aan Google AdWords kan worden besteed. Dit zijn advertenties waarvoor je woorden bij Google koopt. Wij werken hiervoor samen met Bureau Lommer, een creatieve studio gespecialiseerd in het ontwikkelen van digitale strategieën voor culturele organisaties.

Pers en mediapartners

Pers speelt een belangrijke rol in onze marketingstrategie. We hebben goede contacten op het gebied van dagbladen, radio/TV, online media en maandbladen plus talloze websites en blogs die zich bezig houden met cultuur.

Loyaltyprogramma

Voor onze vaste fans ontwikkelen wij een soort loyaltyprogramma. Dit doen wij door ze op persoonlijke wijze primeurs te geven, zoals uitnodigingen voor open repetities of een inspiratieavond.

Theatermarketingtools & theatermarketeers

Nagenoeg al onze verkoop verloopt via de theaters, waardoor zij een zeer belangrijke factor voor ons zijn. Op de eerste plaats houden we door veel persoonlijke communicatie en een proactieve houding onze relaties met theater warm. We gaan bij ze langs, bellen regelmatig voor updates en bewerkstelligen een persoonlijke band met de medewerkers. Wij zijn ons bewust van de soms beperkte middelen en hoge werkdruk bij de theaters en ondersteunen de marketingmedewerkers van de theaters waar mogelijk. De Warme Winkel schrijft een marketingplanning voor iedere voorstelling die samen met het promotiemateriaal naar het theater worden gestuurd. Regelmatig worden de medewerkers geüpdatet over de voorstellingen en wordt het marketingplan verder ingevuld met doelgerichte acties.

4.b. Financiering en bedrijfsvoering

De Warme Winkel kent een rijk artistiek bestaan. Al sinds de oprichting is De Warme Winkel een gezelschap dat denkt en werkt als een (cultureel) ondernemer en ernaar streeft zo efficiënt en verantwoord mogelijk te produceren. Het bereiken van een zo groot mogelijk publiek en het realiseren van voldoende eigen inkomsten vinden we belangrijk. De komende vier jaar zetten we dan ook weer in op een toename van ons publieksbereik. Bij de grote zaal voorstellingen en reprises wordt in de meeste gevallen een uitkoopsom of garantie afgesproken. De kleine locatieprojecten spelen langere tijd op een vaste plek en produceren we tegen relatief lage uitvoeringskosten. De inkomsten hiervan gaan op recette. De verkoop van producties doen we zelf, persoonlijk contact versterkt de band. Voor een tournee met een locatievoorstelling zoeken we per stad een coproductiepartner die ons technisch, productioneel en publicitair ondersteunt.

De financieringsmix heeft als basisdoelstelling dat we ons niet afhankelijk maken van een van de financieringsvormen die wij opnemen aan de inkomstzijde. Er is een goede balans in de mix van verschillende inkomsttypen. Zoals de begroting laat zien hebben we met ruim 40% een hoog percentage eigen inkomsten, mede vanwege goede coproductieafspraken met onze partners. Per productie worden private fondsen geworven. De organisatie heeft hier succesvolle resultaten behaald en gaat deze werkwijze ook in de toekomst continueren. De in de afgelopen jaren opgebouwde eigenvermogen reserve willen we verder uitbreiden. De huidige reserve is ongeveer € 90.000 euro en het streven is om deze uit te bouwen naar € 130.000.

Bij tegenvallende inkomsten wordt meteen gereageerd door de werkbegroting per productie aan te passen. Sowieso wordt er in de werkbegroting, zeker naar productieleiding toe, altijd een reserve gehanteerd en worden niet meteen de volledige budgets vrijgegeven voor uitgave. Een veilige manier van budgetbeheersing die altijd ruimte laat om tegenvallende inkomsten op te vangen. De risico's die je als organisatie moet kunnen opvangen worden dus ondervangen door het aanhouden van een reserve per project. Daarnaast zijn bedrijfs- en bestuursaansprakelijkheid verzekerd.

Het bestuur van De Warme Winkel hanteert de Code Cultural Governance als uitgangspunt van bestuurlijk handelen en werkt vanuit een 'Bestuur- + Directiemodel'. Er zijn twee bestuursfuncties vacant als gevolg van aflopende zittingstermijnen. Op dit moment vinden er gesprekken plaats met verschillende kandidaten zodat het aantal bestuursleden dit jaar wordt uitgebreid naar vier personen. Bij het selecteren van de kandidaten is rekening gehouden met de verschillende functieprofielen die wenselijk zijn voor een organisatie als De Warme Winkel. Het bestuur wil naast een vaste bezetting ook een opleidingsplek creëren voor een jonge (net afgestudeerde) bestuurder.

5. Spreiding

Hoe hard we het ook geprobeerd hebben – met een aantal hernemingen op locatie, premières in de Stadsschouwburg Utrecht, Theater Kikker en op locatie in de stad – de geur van '020' bleef om ons hangen. Onze vestiging in Utrecht bleef van beide kanten een verstandshuwelijk. Natuurlijk blijven we aan ons publiek bouwen in Utrecht maar onze huidige ambities passen beter bij Amsterdam. De verwantschap met de stad, de partners en het grote en diverse publiek dat we daar hebben opgebouwd maakt dat Amsterdam voor ons uiteindelijk een logische keuze is.

De *'Amsterdamse lente'-projecten* maken en spelen we op verrassende locaties in Amsterdam, waarbij de keuze voor een locatie voortkomt uit het thema van het project. We beleven er plezier aan om enerzijds ons publiek op plekken te krijgen waar het nog nooit is geweest, en om anderzijds inwoners van deze gebieden in aanraking te laten komen met theater. Het underground gevoel is belangrijk. En de ambitie ook publiek van buiten Amsterdam te trekken. Locatievoorstellingen gaan indien succesvol op tour door Nederland, dit kan zowel als 'vlakke vloer tour' of een 'locatie tour'.

De Warme Winkel heeft een 8steden beleid, naast Amsterdam hebben we een goede relatie met Groningen, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Leuven, Antwerpen en Brussel in de vorm van samenwerkingspartners, coproductanten en een eigen adressenbestand. We tourden al in boerderijen, kringloopwinkels, dorpshuizen, loodsen en garages. Met onze jonge makers en de voorstellingen in *De Hotshop* is aanwezigheid op zomerfestivals een speerpunt, niet alleen op de grote maar ook op de kleinere zoals FestiValderAa, Reuring Festival etc.

Internationaal

In België zijn we als Nederlands gezelschap uitzonderlijk succesvol; we worden vaker geprogrammeerd en er komen meer mensen kijken (in seizoen 2015-2016 spelen we zelfs 30% van onze voorstellingen in België). De waardering van onze Belgische partners blijkt uit het coproduceren van een aantal voorstellingen in de periode 2017-2020. In het najaar van 2017 openen we met de voorstelling *Oktober* (Majakovski) de hernieuwde grote zaal van deSingel in Antwerpen.

Ook buiten het Nederlands taalgebied groeit de aandacht voor De Warme Winkel. We ontvangen steeds frequenter uitnodigingen van buitenlandse theaters en festivals. Internationale programmeurs vanuit Brazilië tot Iran zijn aanwezig bij premières en we krijgen langzamerhand meer vaste internationale partners (Maria Matos/Lissabon, Theatre Garonne/Toulouse en HAU/Berlijn). Ons doel is banden aan te gaan met buitenlandse podia om er regelmatig te spelen en publiek op te bouwen. In deze ambities is het Europese samenwerkingsverband House on Fire belangrijk. House on Fire bestaat uit tien podia in Europa die met financiële steun uit Brussel producties mogelijk maken die ingaan op actuele kwesties binnen een Europees kader. Wij speelden al *San Francisco* en maakten *We are your friends* en in het nieuwe kunstenplan *We are your friends 2*.

Naast nieuwe internationale producties staat ook een aantal reprises op het repertoire. Het streven is om elk jaar 6 tot 8 keer één of twee voorstellingen te hernemen in het buitenland. Zo spelen we in 2016 *Gavrilo Princip* op het Kontakt Festival in Torun en *Tanizaki* (in het Frans) in Toulouse. Voor 2017 zijn we met de Ruhrtriënnale in gesprek voor een eventuele première op locatie van onze productie *Oktober* over Majakovski.

6. Bijdrage talentontwikkeling

De Warme Winkel heeft de afgelopen jaren veel gewerkt met jonge makers. We speelden met stagiairs, we gaven les op toneelscholen en we begeleidten projecten van pas afgestudeerde makers. We zijn ons er in die periode steeds meer van bewust geworden dat onze manier van werken afwijkt van hoe er elders met jonge makers wordt omgegaan. Daardoor zijn we ervan overtuigd dat wij een eigen rol hebben in het ontwikkelen van spelende makers talenten in Nederland, met opvattingen die wezenlijk afwijken van die van productiehuizen en gezelschappen.

Wij zien talent niet als een kasplantje dat je moet vertroetelen, maar als een steen die pas gaat fonkelen als je hem slijpt met nóg harder materiaal. Wij zijn geslepen door het werken met extreme kunstenaars als Marien Jongewaard en René Pollesch, die nooit concessies doen, maar die een attitude hebben waartoe we ons móesten verhouden. Diezelfde positie willen wij innemen ten opzichte van makers die bij ons willen werken: die van de confrontatie. Werken bij De Warme Winkel is geen leerschool, het is een trainingskamp. Bij ons kom je om te radicaliseren.

In hun voorstelling BAM – kunst is geen kast presenteren ze een Oberioe-avond voor de 21e eeuw. [...] Het is groteske onzin en wordt gespeeld met aanstekelijke energie [...] vermakelijke satire die het met veel sjeu voorschotelt.

» Vincent Kouters, 2015, de Volkskrant over BAM – kunst is geen kast

Jonge makers krijgen in ons trainingskamp de kans ten minste één voorstelling mee te doen – dat wil zeggen als volwaardige maker/speler – en ten minste één project zelf te initiëren waarbij wij als eindregisseur of coach fungeren. Zo krijgt deze maker/speler ten minste twee keer de kans zich te bewamen in het maken van montagevoorstellingen, en moet hij of zij zich mondig weren in de collectieve bemoeizucht van De Warme Winkel. We stellen niet alleen kritisch vragen, maar geven ook luchtsteun. De artistieke leiding is niet homogeen van smaak, en die wordt dus ook niet opgedrongen, je krijgt de kans jezelf te slijpen aan onze mentaliteit en methode. Inherent aan onze werkwijze is om de kracht van elke maker persoonlijk naar boven te brengen. In dit principe hebben wij ons verder bekwaamd tijdens het lesgeven. De kunst zit hem er juist in deze persoonlijke kwaliteit te verextremiseren en te verbijzonderen, om de maker/speler te helpen zijn handschrift te ontwikkelen.

Voor ons hoort alles bij een project; ook de manier waarop het is gefinancierd, het ontwerp van de poster, de planning van de tour; alles. Wij willen bij de makers dit ‘allround’ besef aanwakkeren; het terrein 360graden overzien, daar heb je de rest van je leven/carrière wat aan. Ons kantoor en onze technisch coördinator H.P. Hulscher en productie coördinator Carry Hendriks zijn voor de begeleiding hiervan de besten die je kunt hebben.

We rekruteren door zelf les te geven op toneelacademies en worden getipt door onze tipgevers op de toneelscholen en in het veld. Ons trainingskamp staat open voor individuen, maar nadrukkelijk ook voor duo's en groepen.

In 2017 ronden we een dergelijk traject af met Anneke Sluiters & Vincent Brons die op Oerol de voorstelling *Indiaan* maken. In seizoen 17/18 werken we met Marieke de Zwaan. Zij had in haar tweede jaar van de performanceopleiding in Maastricht les van Ward, liep vervolgens stage bij *BAM-kunst is geen kast* (2015) en studeert af in 2017. Ze speelt in 2018 mee in *Gesualdo* en we zijn in gesprek over waar haar eigen werk zich op moet richten.

Hiernaast hebben we nog een manier om talent te ontwikkelen. Onder de naam *De Hotshop - cooler dan De Warme Winkel* presenteren we voorstellingen van verse theatertalenten, die links of rechtsom i.s.m. met een van de leden van De Warme Winkel zijn ontstaan. De producties zijn duidelijk aan ons gelieerd in stijl en publiciteit, maar het publiek is niet teleurgesteld als de makers van De Warme Winkel niet op het podium staan. In 2015 kregen zo *De Lady Macbeth van het district Mtsensk* (regie van Jeroen) en *The Dreaming* (afstudeervoorstelling in regie van Mara) een tour.

Waar wij in onze eigen ontwikkeling veel aan hebben gehad, proberen we ook aan jonge makers te bieden. Wij hebben onwaarschijnlijk veel geleerd door twee keer per dag te spelen voor uitverkochte zalen op zomerfestivals, een luxe die je als jonge maker in een landelijke tour niet vaak treft. Met deze festivals hebben we goed contact. We hebben samenwerkingsverbanden met Oerol en Theaterfestival Boulevard en brengen een zekere continuïteit op beide festivals door er het ene jaar zelf (artistieke kern) en het jaar erop

met een talententeam te spelen. Maar ook nog op vele andere kleinere festivals. Ook het maken en spelen op een kleine locatie voor een klein publiek binnen de ring van Amsterdam heeft onze radicalisering een boost gegeven. Deze manier van produceren is voor elke jonge kunstenaar behapbaar en leerzaam en het 'ingegeven gevoel' levert vaak zeer relevante voorstellingen op. Uiteraard wordt met het talent in kwestie gekeken op welk platform zijn/haar plan het best tot zijn recht komt.

Wij scherpen ons andersom ook aan het werken met jongere makers. Wij laven ons aan de energie en frisheid en scherpen onze inzichten en werkwijzen doordat ze niet als vanzelfsprekend gelden. We voelen een grote verantwoordelijkheid om jongere generaties publiek aan het theater te verbinden. Dit lukt tot onze vreugde uitermate goed: niet zelden staan collega's uit grote gezelschappen verbaasd te kijken over de gemiddelde leeftijd van onze schouwburgbezoekers. O.a. door met de jonge makers te werken behouden we deze kwaliteit.

Afhankelijk van de samenwerking kijken we per maker wat we verder voor elkaar kunnen betekenen. Iemand kan zijn eigen weg gaan, iemand kan tot de poule gaan behoren waar wij vaker mee samenwerken en die deel uitmaakt van ons DNA en het is zelfs niet uitgesloten dat iemand een vaste waarde bij De Warme Winkel wordt en tot de artistieke kern toetreedt. In elk geval is ons station erg vernetwerkt (het zijn geen samenwerkingspartners, maar de lijnen staan open met bijna alle bis-gezelschappen, en veel productiehuisen en festivals) en functioneren we na dit jaar als koppelaar en carrièrebegeleider. Met Theater Frascati zullen wij wat betreft jonge makers krachten bundelen en uitwisselen. Zo gaan wij soms een talent van Frascati begeleiden en stelt Mark Timmer makers voor die bij ons mee zouden kunnen doen. Deze koppeling tussen De Warme Winkel en Frascati heeft een meerwaarde voor jong makers.

De aangevraagde bijdrage voor talentontwikkeling wordt volledig ingezet ten behoeve van de inhoudelijke, productionele, zakelijke en publicitaire begeleiding en ondersteuning van het ontwikkelingstraject en voorstellingen van de jonge makers.

Een bizarre mengeling van theater, jam- sessie, genadeloos zelfonderzoek met hilarische toneelstukjes, onderbroekenlol (letterlijk: met blote konten), stilmaken- de monologen en een aantal gekmakend harde, maar virtueuze gitaarsolo's. Woorden worden als gal gespuwd of als stroop om de mond gesmeerd, snaren breken, reputaties gaan aan gort, de vriendschap tussen de oude en jongere theatermaker wordt onder de loep genomen.

» Hein Janssen, 2016, de Volkskrant over Amadeus

7. Toelichting begroting

De begroting van de komende periode laat een stijging van opbrengsten en kosten zien ten aanzien van de huidige periode. De kostenstijging is terug te voeren op de extra personele inzet en verhoging van de productiebudgetten (stijging grote zaal voorstellingen, minimaal 1 per jaar) en reservering van meer marketing en publiciteitsbudget. Door de stijging van het aantal grote zaalvoorstellingen nemen de publieksinkomsten toe

inclusief coproductiebijdragen van onze partners. De coproductiebijdragen in de begroting zijn gebaseerd op lange termijn afspraken die zijn gemaakt met Stadsschouwburg Amsterdam, Holland Festival, deSingel, Kaaitheater, Oerol en het Amsterdamse Bostheater.

De verhouding van het totaal aan inkomsten en opbrengsten blijft goed op pijl met een eigen inkomstenpercentage van ruim 40%. De beheerslasten (overhead) in de begroting blijven bewust laag. Deze lasten omvatten de huur van een bescheiden kantoor en de vast administratie en algemene kosten. De zakelijk leider staat voor 0,6 fte op de begroting onder beheerslasten. De belangrijkste uitgaven zijn direct gerelateerd aan de activiteiten die gepland staan. Het overgrote deel van de kosten bestaat daarom uit activiteitenlasten.

Het vaste team van De Warme Winkel bestaat uit 10 mensen. Twee daarvan zijn in loondienst en de overigen zijn op ZZP basis werkzaam. Het team wordt per productie uitgebreid vanuit een vaste poule projectmedewerkers. In de berekening van de loonsommen is rekening gehouden met het feit dat er mogelijke veranderingen op komst zijn en dat er meer medewerkers in loondienst moeten komen.