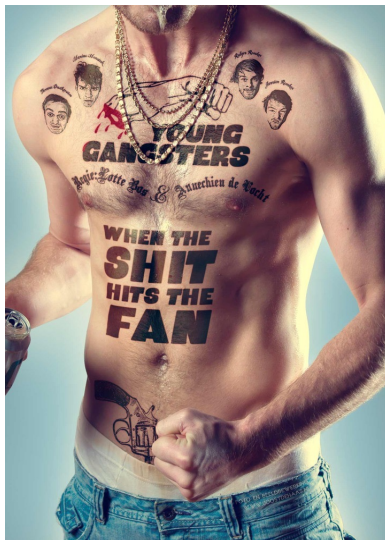




ACTIVITEITENPLAN 2017 - 2020



Brian:

*Look, you've got it all wrong!
You don't NEED to follow ME,
You don't NEED to follow ANYBODY!
You've got to think for your selves!
You're ALL individuals!*

The Crowd: *Yes! We're all individuals!*

Brian: *You're all different!*

The Crowd: *Yes, we ARE all different!*

Man in Crowd: *I'm not...*

The Crowd: *Sch!*

- Monty Python's *Life of Brian*

1. TYPERING VAN DE ORGANISATIE

Welkom in het Colosseum van YoungGangsters. De plek waar de drift het overneemt van de ratio. Door middel van livegevechten, spektakel en humor verleiden we het publiek om over zijn morele grenzen te gaan en zich over te geven aan eigen lusten en verlangens. De toeschouwer wordt bij onze voorstellingen keer op keer geconfronteerd met de ethiek van zijn eigen verlangens. De dualiteit die dit oplevert is de *tool* die we gebruiken om het publiek te verleiden tot het maken van een autonome keuze. Onze artistieke motor is de fascinatie voor de macht van de massa, de orkestratie van de beeldvorming en de waarheid van de meerderheid.



Geschiedenis

Sinds ons afstuderen aan de Toneelacademie Maastricht in 2009 werken wij, Lotte Bos en Annechien de Vocht, als regiecollectief samen onder de naam YoungGangsters. In acht jaar tijd hebben we een nieuwe theatervorm op de kaart gezet: 'vechttheater'. In 2011 braken we door met de keiharde *'Trailertrash'* voorstelling *When the Shit Hits the Fan*. Twee jaar later volgde het oorlogsverheerlijkende *The New Rambo Generation*. In 2014 breidden we het thema geweld uit naar groepsmanipulatie met de onderzoeksvoorstelling *Jesus is my Homeboy*. Dit was een opmaat naar *Guess Who's Back* (2015); een live groepsexperiment waarin we het gevaar van de aantrekkelijkheid van religie inzichtelijk maakten. Ook maken we regelmatig voorstellingen met theater(voor)opleidingen, zoals de horrorvoorstelling *Let the reason be Love* (2013) in opdracht van DOX en de slapstickvoorstelling *Just Kiddin'* (2014) voor 8+, met HKU-studenten. Van 2013 t/m 2015 speelden we, in eigen beheer en samenwerkingen, 162 voorstellingen voor 20820 man publiek. In 2013 ontvingen we het Prins Bernhard Cultuurfonds Theaterstipendium en in 2014 werden we genomineerd voor de BNG Nieuwe Theatremakersprijs.

Artistieke toekomst

In onze eerste voorstellingen zijn we uitgegaan van onze fascinatie voor geweld als cultureel fenomeen. Dit heeft zich verbreed naar de fascinatie voor massamanipulatie. Grote thema's als populisme, rassenhaat en angst, worden in onze voorstellingen inzichtelijk en invoelbaar gemaakt.

We hebben het 'vechttheater' niet achter ons gelaten; het geweld is juist een katalysator voor de beweging van een massa. Hoe verwerpelijk je het ook kan vinden, het is een feit dat geweld een adrenalinekick veroorzaakt. Geweld is ons instrument om het publiek te activeren tot stellingname en de relatie tussen groep en individu op scherp te zetten.

Deze uitgangspunten verwerken we in vier grote locatievoorstellingen, elk voorafgegaan door een voorstudie, en geschikt voor zowel volwassenen als jongeren.

Groeimodel

De komende vier jaar strijken we als een modern reizend circus neer op festivals en in een aantal vaste steden, verspreid over het hele land. We verbinden ons met lokale partners, zowel artistiek als maatschappelijk, en keren jaarlijks terug. Door de continuïteit in projecten kunnen we ons langdurig aan (nieuw) publiek verbinden en een serieuze en duurzame relatie met de partners in de steden opbouwen. De afgelopen jaren hebben we onze voorstellingen op projectbasis gefinancierd. Om onze ambities vanaf hier verder te kunnen realiseren hebben we echter een fundamentele, stabiele basis nodig, van waaruit we gestaag verder kunnen groeien en onze plannen kunnen waarmaken.

2. ARTISTIEKE UITGANGSPUNTEN, SIGNATUUR EN BESCHRIJVING ACTIVITEITEN

“Tijdens de eerste voorstelling die wij samen maakten (Aeroben, 2006) op onze opleiding kwamen we achter onze gezamenlijke fascinatie voor het gevecht en onze liefde voor vechtfilms. In een klaslokaal boven in de toneelacademie keken we keer op keer de films van Tarantino en de vechtscènes van Jackie Chan. Dat wilden wij ook maken. Wij wilden die sensatie van film ook in het theater teweeg brengen. Tegelijkertijd voelde het bijna zondig om in het lokaal waar we leerden over de hoge kunsten en de leer van Griekse filosofen naar deze Nouvelle Violence te kijken.

Wij die nooit een oorlog hebben meegemaakt, nog nooit werkelijk in een gevecht zijn beland, wij die in een beschermde welvarende omgeving zijn opgegroeid, wij kicken op de bloeddorst. We zijn gefascineerd door de brute kant van ons mens zijn. We zijn ons bewust van dit contrast en gebruiken onze naïviteit. Het geweld is onze tool om het publiek te bespelen en te sturen.”

- Lotte en Annechien



Missie

YoungGangsters bevraagt de mening en macht van de massa. Onze hoop is dat we als mensen nog autonoom in het maken van keuzes kunnen zijn, hoe naïef die gedachte wellicht ook is.

Plannen

De komende vier jaar maken we de volgende vier voorstellingen;

2017: *Heroes*; Een educatievoorstelling voor mannen van 55+ over de maakbaarheid van de mens.

2018: *Be Prepared*; Met een zelf gebouwde live natuurramp spelen we in op de angstcultuur.

2019: *Kill Them All*; Over rassenhaat in een Cowboys en Indianen setting.

2020: *YoungGangsters For President*; We richten een eigen politieke partij op en zetten onze manipulatieskills in voor een hoger doel.

Deze vier locatievoorstellingen worden elk voorafgegaan door een voorstudie die de inhoud en vorm van de grote voorstelling versterkt. Elk project verhoudt zich op een andere manier tot onze missie en geeft een visie op de macht van de beeldvorming, en de gevoeligheid van de mens voor manipulatie.

Er zal een kruisbestuiving ontstaan tussen de projecten. Het inzoomen op het individu in *Heroes*, op de veiligheid van de groep in *Be Prepared* en op de kracht van een samenleving in *Kill Them All*, maakt dat we uiteindelijk iets kunnen zeggen over de machthebbers van de wereld in *For President*. Elk afzonderlijk project draagt bij aan de volgende en zegt iets over het vorige. We laten elementen terugkomen, op elkaar reageren, zetten overwogen stappen in het versterken van onze taal en missie, en maken zo inhoudelijk een krachtig statement in elke voorstelling. Gezamenlijk vormen de projecten onze queeste om ons publiek op te roepen tot autonomie.

Manipulatie

Kenmerkend voor onze voorstellingen is de zoektocht naar waar de menselijke driften in conflict komen met de ratio. Onze liefde voor sensatie valt samen met de angst voor de effecten van die sensatielust. We spelen met de spanning tussen gevoelens van gevaar en veiligheid. Het publiek, als één groep op de tribune, waant zich in een veilige omgeving. Door toegankelijke theatrale codes wordt het gevoel van veiligheid versterkt, maar wat als de groep een kant op beweegt waar jij niet achter staat. Wanneer voel je je persoonlijk verantwoordelijk. Tijdens de voorstelling is het de vraag hoe lang je deel van de groep blijft en wanneer je een individuele keuze maakt.

Beeldcultuur

We maken gebruik van de huidige beeldcultuur en zetten de beelden uit ons collectief geheugen in om ons publiek te manipuleren. We shoppen ongegeneerd in de wereld van Hollywoodfilms, YouTube en Facebook, maar passen de 'swipecultuur' ook toe op oude bekende verhalen. Op deze manier komen de voorstellingen makkelijk binnen en zijn ze licht verteerbaar. Het publiek wordt getraakteerd op scènes die inspelen op de menselijke lust naar sensatie, maar zodra die lust de boventoon lijkt te gaan voeren, draaien we het om. In *The New Rambo Generation* werd er tijdens de voorstelling iemand uit het publiek gevraagd te poseren met de Amerikaanse soldaten naast een gemartelde Vietnamese soldaat. Dat gebeurde onder toezienend oog van de gehele tribune, en zo maakten we het publiek medeverantwoordelijk. Met *Guess Who's Back* onderzochten we de macht van religieuze symbolen aan de hand van een 'All-American' kerkdienst. De dienst werd in de loop van de voorstelling steeds extremer: wat begon als een gemoedelijk samenzijn, liep uit op een cruciaal keuzemoment.

Stijl

Ons theater is fysiek en beeldend. Onze voorstellingen kennen een vet aangezette acteerstijl en de fysieke verbeeldingskracht van de acteurs staat centraal. De voorstellingen worden - grotendeels - Amerikaans gesproken. Dit zorgt voor een helder kader. Een setting waarin de acteurs en het publiek samenkomen en waar ze gezamenlijk deel uitmaken van een evenement is het startpunt van de voorstelling, bijvoorbeeld een herdenkingsdienst, een *promnight* of een kerkdienst.

Onze voorstellingen zitten vol met verwijzingen naar films. We citeren en vervormen de beeldcultuur en scheppen daarmee een eigen beeldtaal. Een taal die zowel aansluit bij als kritiek uit op de huidige door de media gedomineerde cultuur. Het citeren van de beeldcultuur gebeurt met veel humor. Dit maakt de voorstellingen toegankelijk en over de top, maar versterkt tegelijkertijd de schrijnende werkelijkheid.

Theater op locatie

YoungGangsters maakt theater op locatie. De functie van de locatie is niet leidend maar ondersteunend. Onze belangrijkste motivatie om op locatie te spelen is de verhouding tussen publiek en acteurs, die op locatie anders is dan in de zaal. Het publiek zit niet veilig in het pluche en wordt gemakkelijker uit z'n comfortzone gehaald. Vanaf het moment dat het publiek onze wereld betreedt, bepalen wij de condities. Spelen op locatie geeft ons de mogelijkheid precies de werelden te creëren die wij voor ogen hebben en te bewerkstelligen dat het publiek zich volledig in die werelden kan wanen. We willen ons publiek actief betrekken in de voorstelling. Het publiek wordt uitgedaagd, vermaakt en rechtstreeks aangesproken. De locaties maken het de toeschouwer makkelijker deze interactie aan te gaan.

We kiezen zichtbare en spannende locaties in de steden die het verhaal van de voorstelling versterken. De uitstraling van de plek is cruciaal, maar de locatie biedt ook de mogelijkheid om verbindingen met (lokale) samenwerkingspartners aan te gaan. De zichtbaarheid van zo'n locatie is vaak groter of in elk geval unieker dan dat van een theater. Zo creëren en vergroten we kansen voor het aanspreken van nieuw publiek. In Amsterdam denken we aan het Westerpark, in samenwerking met het Ketelhuis; in Nijmegen het Honigcomplex, een culturele hotspot, in samenwerking met evenementenorganisatie De Kube; in Groningen de Wolkenfabriek, op het terrein van de oude Suikerunie.

Werkwijze

Essentieel bij de totstandkoming van onze voorstellingen is dat we altijd met z'n tweeën werken. Onze tweevoudige visies houden elkaar in balans en hoeden ons voor het invullen van de 'juiste' keuze voor de toeschouwer. Er blijft per definitie meer dan één waarheid mogelijk.

Ons gesprek stopt nooit; we hebben een accelererend effect op elkaar. Elk idee mondt uit in een nieuw idee, en bouwt in *no time* verder uit. Het is een voortdurend creatief proces.

Voorstudie

Onze jaarlijkse grote locatievoorstellingen worden voorafgegaan door een voorstudie, die resulteert in een kleine voorstelling voor publiek. Deze voorstudies zijn cruciaal in de ontwikkeling van ons concept. Het is als het ware een premature try-out waarin de inhoud van de voorstelling en de beweging van het publiek wordt getest. Zo kunnen we kijken of de door ons ingezette groepsmanipulatie echt werkt. Het publiek is in het klein een weerspiegeling van de gewenste doelgroep van de uiteindelijke voorstelling. Per project worden specifieke doelgroepen bepaald, van scholier, tot gepensioneerd, tot religieus onderlegd. We onderzoeken de reikwijdte van ons publiek: wat is de leeftijdsgrens, wat is de achtergrond? Elke winterperiode beginnen we aan een voorstudie voor een groot project, dat 1,5 jaar later in première gaat. Hierdoor scheppen we ruimte om op een gedegen manier onderzoek te doen, om nauwkeurig en met behoud van kwaliteit te werken. Ook gaan we met deze voorstudies verschillende samenwerkingsverbanden aan in het veld, zoals met maatschappelijke organisaties, scholen en theater(voor)opleidingen.

Jesus is my Homeboy en de eerdere samenwerkingen met DOX, de HKU en de Noorderlingen vormen het bewijs voor het succes van deze opzet. De laatste drie zijn overigens wel in de digitale bezoekcijfers, maar niet in de jaarcijfers 2013-2015 opgenomen, omdat deze financieel volledig werden gedragen door de genoemde partners. De voorstudies die vanaf 2017 worden ontwikkeld maken volledig onderdeel uit van het kunstenplan 2017-2020.

Aan de hand van de resultaten en bevindingen van de voorstudie concretiseren we de verhaallijn en de vorm van de grote locatievoorstelling. Per jaar spelen we de voorstudie gemiddeld 10 en de grote voorstelling 50 keer.

Team

YoungGangsters werkt altijd met fysiek aangelegde spelers. Inmiddels hebben we een stevige poel van YoungGangsters-spelers opgebouwd, met als kern Rutger Remkes, Marius Mensink en Nick Bos. Die poel wordt doorlopend uitgebreid met nieuwe acteurs. Voor het decor en de vormgeving werken we samen met Mats Boswijk. Floris van Delft is onze dramaturg. Zij werken allen op projectbasis en hebben zich voor de komende vier jaar verbonden aan YoungGangsters.

Het opzetten van onze voorstellingen is erg arbeidsintensief. Als regie-duo zijn we verantwoordelijk voor het ontwikkelen van het concept, het schrijven van de tekst, het vormgeven van het decor en het regisseren van de acteurs. Dit gaat uiteraard in samenspraak met onze dramaturg en vormgevers. De zakelijke leiding ligt in handen van Inge Sonderen. Met zijn drieën zijn we verantwoordelijk voor het opbouwen en onderhouden van bestaande en nieuwe netwerken. Het vergt tijd en expertise om voor iedere stad die we aandoen een passende aanpak te organiseren. Iedere plek heeft zijn eigen dynamiek waarin wij voet aan de grond willen krijgen. Er is dus een stevige preproductie nodig. In eerste instantie zetten wij drieën die op. In een later stadium willen we hier een veldverkenner voor aanstellen, een inhoudelijke productie leider die zich kan vinden in ons verhaal en vanuit een ondernemende pioniersgeest contacten gaat leggen op de verschillende plekken en locaties verkent.



Activiteiten 2017-2018

2.1. Heroes

*So you know you are over that hill,
when your mind makes a promise that your body can't fill*

- Old Folks Boogie

Thema

Heroes is een educatieve voorstelling voor mannen van 55+ en iedereen die er een kent. Het is een voorstelling over mannen met macht, aan de kop van een groot bedrijf, maar ook de mannen zoals onze vaders, die al hun ontslag hebben gekregen. In deze voorstelling wordt het lot van deze mannen onder de loep genomen. De voorstelling is een les in ouder worden. Tijdens deze levenslustige, sensationele en sentimentele show vierten we het lot van de man "in de bloei" van zijn leven.

Het publiek wordt geprikkeld om na te denken over leeftijd en wat ouder worden betekent in deze tijd. Het komt in een spagaat. Leef ik mee met de mannen? Of lach ik ze uit en distantieer ik me van hun gedrag? Welke van de twee is sterker en zijn beiden cultureel bepaald?

Voorstudie: Bottoms Up!

In het najaar van 2015 maakten we als voorstudie voor *Heroes* (2017), de voorstelling *Bottoms Up!* in samenwerking met De Noorderlingen, Verslavingszorg en de GGD in Groningen. Een voorstelling over een Highschoolfeest waar jongeren onder de invloed van drank over hun grenzen gaan. Door de samenwerking met deze maatschappelijke partner scherpten we het thema inhoudelijk aan en bereikten we een nieuw publiek. *Bottoms Up!* ging in première op het Jonge Harten Festival en speelde aansluitend een reeks van 12 schoolvoorstellingen.

In Dagblad van het Noorden werd genoemd dat de 18e editie van Jonge Harten een opvallend jong publiek kende. Als een van de hoogtepunten van het festival werd de voorstelling van YoungGangsters met de Noorderlingen genoemd.

"YoungGangsters bewijzen zich met dit overdonderende stuk als inspirerende theatermaaksters die de soms 'piep' jonge spelers de acteur in zichzelf helpen vinden en versterken. De uitgelaten sfeer binnen de cast na afloop zei ons genoeg: de Young Gangsters maakten van deze opdracht een feest, voor hun spelers maar ook voor ons als opdrachtgever!"

- Edward Mackenzie GGD Groningen

Verschillende elementen uit deze voorstelling vormen de basis voor *Heroes*. In *Bottoms Up!* speelde Rutger Remkes bijvoorbeeld het personage Mr McFunzy, een leraar die probeert mee te komen met de jongeren. Hij is heimelijk verliefd op een van zijn leerlingen, die dit feilloos door heeft en hem bespeelt. Het drama van dit personage is een thematisch kernpunt geworden voor *Heroes*.

Niet eerder maakten we een educatieve voorstelling zoals *Bottoms Up!*. We hebben ontdekt dat deze vorm ons erg aanspreekt. Dit komt door een sterke moraal in een helder kader. Daar kunnen wij heel gericht mee spelen.

“Ik ben niet bang om dood te gaan maar ondanks de positieve kanten heb ik vaak het gevoel dat mijn jeugd me wordt afgepakt. Ik kijk vaak met weemoed naar aantrekkelijke jonge vrouwen – nee; ik ben geen ouwe viezerik; nee; ik zou geen relatie met een 30-jaar jongere vrouw willen hebben. Maar ik kijk naar een verloren gegane droom. En dat maakt me soms heel weemoedig.”

- Geïnterviewde 55+er

Synopsis Heroes

De voorstelling is een spectaculaire clubavond van de vereniging *Ageless*. Deze club is opgericht voor alle mannen van 55+ die klem zitten tussen hun dromen en de realiteit.

Mick, John en David leiden deze club vanuit de overtuiging dat leeftijd niet bestaat. Onder leiding van de charismatische John nemen de 55+-mannen deel aan deze ‘droomshow’. Er wordt een mannen-arena gecreëerd waarin elke referentie aan leeftijd wordt geëlimineerd. Vanavond wordt de sterfelijkheid overwonnen.

De show speelt in het decor van een oude Amerikaanse filmset waar de personages ieder moment kunnen transformeren, naar hun helden van vroeger; James Bond, Mick Jagger, John Lennon, John Wayne. Deze fantasieën worden steeds verder doorgevoerd. Het leven raakt weer vol mogelijkheden. Ze gaan zich te buiten aan al hun fantasieën en laven zich aan dit tijdsvacuüm waarin alles mogelijk is.

Het publiek wordt opgeroepen de mannen te steunen in elke fantasie. De show speelt in op hun verlangen weer jong te zijn maar niet iedereen in het publiek herkent zich in de strijd van deze mannen. Sommige aanwezige 55+ers voelen zich helemaal senang met hun leeftijd, anderen vinden dat ze zich maar aanstellen. YoungGangsters maakt gebruik van deze verschillende stemmen in het publiek. Hoe harder de mannen verkondigen dat leeftijd geen probleem mag zijn, hoe duidelijker het wordt dat ze een utopie in stand houden.

Cast

De acteurs voor deze voorstelling zijn Marius Mensink en Raven Ferguson (stage). Daarnaast zoeken we twee mannelijke acteurs van 55+. We denken aan acteurs als; Raymond Thiry, Marien Jongewaard en Huub Stapel.

Verkoop, speelplan en werkwijze

De voorstelling gaat in première bij Theater aan het Spui, reist o.a. langs festivals als Simmerdeis en Festival der Aa en speelt daarna op locatie in diverse steden. Daar wordt de voorstelling geprogrammeerd door de Rotterdamse Schouwburg, Theater Bellevue (Amsterdam), Grand Futura (Groningen), LUX (Nijmegen). De speelperiode loopt van mei tot en met september 2017.

Planning

Onderzoek: winter 2015/2016 (lopend; 18 voorstellingen)

Inhoudelijke en praktische voorbereiding: september 2016 – februari 2017

Repetitieperiode: 15 maart – 15 mei 2017

Speelperiode: 15 mei – eind september 2017 (beoogd: 45 voorstellingen)

Doelgroep

Met *Heroes* richten we ons naast onze reguliere doelgroepen (zie publieksbereik) ook specifiek op (mannelijke) 55+ers. Deze groep wordt bereikt door samenwerking met Omroep MAX en Bureauvijftig. We zullen ons in de uitstraling van de voorstelling en marketing niet alleen op de doelgroep zelf richten, maar vooral ook op zonen en dochters die hun vader hierin herkennen en de partners van de 55+-mannen.

2.2. Be Prepared

Thema

Veiligheid is een illusie. Het is onmogelijk om absolute veiligheid te creëren. Maar dat is iets wat moeilijk te verkroppen is in deze tijd waarin alles maakbaar lijkt. We proberen met de middelen die we voor handen hebben die veiligheid te verzekeren. We zijn zelfs bereid om onze vrijheid op te geven om ons maar veiliger te voelen. Want je kan beter het zekere voor het onzekere nemen dan achteraf denken: 'had ik maar...'

De economie die op de angstcultuur draait, interesseert ons. Er zijn veel partijen die economisch voordeel verkrijgen van de heersende maatschappelijke angst. De angst is handel, geld en macht. Een hele economie is opgezet op het verkopen van beveiligingssystemen, het installeren van *panicrooms*, het trainen van hulpverleners, tot de oorlogsindustrie. En dat maakt de collectieve angst ook gelijk subjectief. Moeten we wel werkelijk bang zijn, of wordt de angst ons aangepraat? Zijn we angstconsumenten geworden?

We benaderen de veiligheid als nieuwe religie. We trekken het bewust uit de context. We overdrijven met de door ons uitgebeelde ramp om op die manier iets te zeggen over het mechanisme. Dit willen we de toeschouwer aan den lijve laten ondervinden.

Voorstudie

De onderzoeksvraag is hoe we een ramp kunnen insceneren waar het publiek deelgenoot van kan zijn en werkelijk het gevoel van onveiligheid bij kan ervaren. We beginnen bij het insceneren van een aardbeving. Het doel is om deze ramp zo realistisch mogelijk en daarmee zo sensationeel mogelijk weer te geven. De locatie van deze voorstudie is een oude boerderij in Loppersum. Die boerderij, die in de steigers staat tegen het instorten, ligt midden in het epicentrum van de aardbevingen in Groningen. Vervolgens werken we met onze eigen acteurs en acteurs van de Noorderlingen om het menselijke aspect van deze ramp vorm te geven. We presenteren de ramp als een attractie. Deelname aan de ramp wordt verkocht als middel tegen de angst. Het publiek is letterlijke deelnemer aan de ramp, aangestuurd door de acteurs.

Voorstelling

Voor de uiteindelijke voorstelling vertrekken we vanuit het effect van onze geënceneerde ramp op het publiek. Daarnaast willen we de marktwerking van angst verder uitdiepen. De concrete uitwerking van de voorstelling krijgt vorm naar aanleiding van de voorstudie.

Verkoop, speelplan en werkwijze

De voorstudie wordt opgezet in samenwerking met Grand Futura in Groningen, De Peergroup en de Noorderlingen en speelt in de winter van 2016-2017. We werken opnieuw samen met maatschappelijke partners; Stichting Het Groninger Landschap en de NAM, waar we mee in gesprek gaan. De grote locatievoorstelling gaat in première in Groningen in het voorjaar van 2018 en zal daarna doorreizen langs diverse steden en festivals, waaronder Het Oerol Festival.

Planning

Voorstudie, maken en spelen: winter 2016 – 2017 (beoogd: 10 voorstellingen)

Inhoudelijke en praktische voorbereiding: september 2017 – februari 2018

Repetitieperiode: 15 maart – 15 mei 2018

Speelperiode: 15 mei – eind september 2018 (beoogd: 55 voorstellingen)

Doelgroep

Ook hier ligt weer de focus op onze reguliere doelgroepen, onze eigen achterban en de achterban van onze partners. Specifiek richten we ons op de lokale brandweer, politie en veiligheidsorganisaties. Mensen die op zoek zijn naar adrenalinekick, of door hun werk of ervaringen in hun leven weten wat extreme situaties met de mens doen.

Activiteiten 2019-2020

2.3. Kill Them All

Kill them All is een voorstelling over genocide voor iedereen vanaf 14 jaar. Het speelt zich af in de setting van ouderwetse Cowboys en Indianen films. De voorstelling is geënt op het mechanisme van het 'dehumaniseren'. Wat is er voor nodig om een ander mens niet meer als gelijkwaardig te zien. Hoe krijg je een hele groep mensen, een heel volk zover. We willen de kracht van beelden en propaganda onderzoeken om ze vervolgens zelf ook in te zetten. We willen de sluimerende haat in onze samenleving voelbaar maken en de escalatie hiervan laten zien. We ensceneren een 'veilige' filmsetting van Cowboys en Indianen, deze speelse over de top Amerikaanse setting biedt ons publiek de nodige afstand om er helemaal in op te gaan. In onze voorstudie zoeken we het kantelpunt waarin we het publiek kunnen sturen van goede burgers naar moordmachines. Wanneer wordt de *killer* wakker. En wie is daarvoor verantwoordelijk? Voor de uitvoering van de voorstelling *Kill Them All* zijn we in gesprek met Theater Utrecht, Podium Hoge Woerd en DOX om gezamenlijk deze grootse locatievoorstelling in Leidsche Rijn op te starten.

2.4. YoungGangsters for President

In *YoungGangsters for President* nemen we de totstandkoming van een politieke partij onder de loep. We vragen ons af of we onze verworven theatrale *YoungGangsters-skills*, zoals het bespelen van een grote groep en de werking van de massa, kunnen inzetten voor het oprichten van een politieke partij kunnen. In de voorstudie adopteren we iemand met politieke ambities. Vervolgens zetten wij al onze middelen in om deze persoon bekendheid te geven en geliefd te maken bij een groot publiek. Aan zijn politieke inhoud zullen wij niet tornen. De vraag is vervolgens hoe de inhoudelijke genuanceerde politieke boodschap overeind blijft terwijl het tegelijkertijd een groot publiek moet aanspreken. We gaan op zoek naar de ultieme symbiose van inhoud en vorm.

De campagne voeren we samen met de politicus in wording. Gaan we voor een zetel in de gemeenteraad, voor 10000 *likes* op Facebook of een uitnodiging bij De Wereld Draait Door?

Natuurlijk is dit onderzoek ook zelfzuchtig. Wij willen er ook beter/beroemder van worden, een grotere achterban verwerven en meer *likes* op Facebook krijgen. Maar zo werkt het systeem. De uitkomst van deze voorstudie zal het uitgangspunt worden voor de grote voorstelling.

Voorstudies 2021-2022

We gaan er vanuit dat we onze werkmethode de komende jaren voorzetten. Dat betekent dat we in de jaren 2021 en 2022 nog twee voorstudies opzetten die zullen leiden tot voorstellingen in de jaren daarop. Voor deze voorstudies denken we aan de thema's corruptie en pacifisme.

3. PLAATS IN HET VELD

“Helemaal in aanmerking genomen dat dit jonge gezelschap deze voorstelling eigenstandig en op locatie heeft geproduceerd, is het een buitengewone prestatie. YoungGangsters tapt uit hele andere vaatjes en is daarmee een verrijking voor het Nederlands toneelandschap.”

- Juryrapport van de BNG Bank Nieuwe Theatermakersprijs

Eigenzinnig en zelfstandig

Vechtchoreografieën, de *American way of life* als spiegel, slimme technische vondsten en groepsmanipulatie: we hebben onze fysieke en uitdagende stijl steeds meer verfijnd. We voelen ons in het rauwe monteren en de fysieke speelstijl verbonden met het oude Alex d'Electricque.

Doordat we als regieduo intensief samenwerken wordt elk element tot in detail uitgewerkt. Deze 'afheid' is een essentieel kenmerk van ons werk.

Zelfstandig zoeken we onze speelplekken; we willen niet enkel afhankelijk zijn van de programmering van zomerfestivals en strijken daarom ook neer op locaties in en rond steden.

Unieke presentatievorm

YoungGangsters maakt locatietheater, maar onderscheidt zich van makers die de locatie als uitgangspunt nemen. Geïnspireerd door het opgeheven Dogtroep en het Spaanse La Fura Dels Baus, zetten we de locatie naar onze hand, terwijl we prioriteit geven aan ons verhaal en ons decor. Zonder verlies van mobiliteit monteren we groots op locatie. In tegenstelling tot Vis à Vis die hun eigen locatie volledig benutten, willen wij ondanks ons groots opgezette theater verplaatsbaar blijven. Dit om ons publiek op te kunnen zoeken, nieuwe theaterplekken te kunnen ontginnen en zichtbaar te zijn in het hele land.

Een nieuwe generatie kijkers

YoungGangsters maakt vitaal, energiek actietheater dat toegankelijk is voor iedereen die geprikkeld wil worden. YoungGangsters bouwt consequent aan een stijl die het vermogen heeft een nieuw en jong publiek aan te spreken en aansluit bij zowel geoefende kijkers als mensen die zelden naar het theater gaan.

YoungGangsters staat bekend om filmisch expressief en rauw locatietheater. De speelvloer wordt een eigentijds Colosseum. Een plek waar het publiek juicht, reageert en geen mogelijkheid krijgt om veilig achterover te leunen. Het bereiken van een nieuw en jong publiek met dit vernieuwende 'vechttheater', was een van de redenen om het Theater Stipendium van het Cultuurfonds aan YoungGangsters toe te kennen.

- Rapport Theaterstipendium Prins Bernhard Cultuurfonds

Substantiële samenwerkingsverbanden

Samen met Het Volksoperahuis en Rudolphi Producties is YoungGangsters een coalitie aangegaan onder de noemer Theaterzaken Amsterdam, waarmee we een aanvraag hebben ingediend bij het Amsterdamse Fonds voor de Kunst. Dit dient twee doelen: het ondersteunen van de afzonderlijke productiebudgetten van de gezelschappen en de gezamenlijke inspanning de band met publiek te versterken. Vanuit Theaterzaken Amsterdam worden aanvullende activiteiten georganiseerd rondom de voorstellingen met een verbredend of verdiepend karakter.

We werken de komende jaren daarnaast samen met: De Peergroup, Grand Futura, de Noorderlingen, Theater Utrecht, DOX, de HKU, Podium Hoge Woerd, LUX Nijmegen, De Kube, Milk Productions, Theater aan het Spui, Filmhuis Den Haag, Theater Bellevue, Het Ketelhuis, Stichting Het Groninger Landschap, Theaterzaken Via Rudolphi, de Rotterdamse Schouwburg, Het Oerol Festival, Vis à Vis en de GGD. Onze ambitie is om dit netwerk van partners de komende vier jaar uit te breiden en te verstevigen.

4. ONDERNEMERSCHAP EN SPREIDING

Theaterzaken Via Rudolphi

YoungGangsters is sinds 2012 aangesloten bij Theaterzaken Via Rudolphi (TVR) dat sinds de oprichting in 1987 een belangrijke rol binnen de infrastructuur van theatraal Nederland speelt en volgens de VSCD een cruciale schakel binnen de culturele keten vormt.

Het bureau investeert met volle overgave en op een zeer persoonlijke en zorgvuldige manier in het opbouwen van een band tussen makers en gezelschappen enerzijds en het podium en zijn publiek anderzijds. Het beleid is uitdrukkelijk gericht op bewerkstelligen van een duurzame relatie op langere termijn.

Rapport VSCD Prosceniumprijs 2013, die aan TVR werd uitgereikt

Elk gezelschap heeft zijn eigen stichting en zijn eigen artistieke profiel, TVR is de gedeelde backoffice. De diverse schakels in de productieketen zijn in één organisatie ondergebracht. TVR verzorgt de zakelijke leiding, de acquisitie, publiciteit en marketing, boekhouding en financiering van de aangesloten gezelschappen. TVR is betrokken bij werkgeversvereniging de NAPK, Kunsten '92 en sinds 1987 lid van de IETM.

TVR wordt zelf niet gesubsidieerd maar draait mee op de afzonderlijke stichtingen. Hierbij wordt het principe 'de sterkste schouders dragen de zwaarste lasten' gevolgd. De meerwaarde van dit model heeft zich door de jaren heen bewezen; in de *slipstream* van de grotere gezelschappen kunnen nieuwe makers rijpen, hand in hand met jonge zakelijk leiders. TVR huurt een bedrijfspand in Amsterdam-West waar YoungGangsters gebruik maakt van de diverse werk- en vergaderplekken. De dagelijkse ontmoeting tussen gezelschappen, theatermakers en kantoor wekt vertrouwen en werkt inspirerend.

Steden en festivals

YoungGangsters begon als gezelschap dat op zomerfestivals speelt, maar heeft ook de missie om buiten het festivalseizoen zichtbaar te zijn. Het type theater past goed op festivals, maar we willen graag een breder, groter en eigen publiek opbouwen. Met *The New Rambo Generation*, *Jesus is my Homeboy* en *Guess Who's Back* hebben we al een stevig begin gemaakt aan deze missie. We werden twee keer geprogrammeerd door de Rotterdamse Schouwburg; in een loods op Katendrecht en bij de Erasmus Universiteit. Hetzelfde geldt voor Theater aan het Spui, waar we speelden in Zaal 3 en op het Spuiplein. Ook Stadsschouwburg Utrecht (Fort aan de Klop), Maas Theater en Dans, Jeugdtheater de Krakeling (Het Stenen Hoofd) en Theater Bellevue (De Kop van Java) namen YoungGangsters op in hun programmering.

Het verlangen om naast de festivals in nog meer steden te spelen is door dit succes nog meer aangewakkerd. In de komende vier jaar breiden we het aantal steden in elk geval uit naar acht. De ambitie is jaarlijks terug te keren en het stedenaantal te vergroten en vooral ook te verstevigen. Het vertrouwen is groot: een flink aantal theaters heeft al toegezegd de komende jaren met ons in zee te gaan. Theater Bellevue, Theater aan het Spui, de Rotterdamse Schouwburg, LUX Nijmegen en Grand Futura. Van drie steden in 2016 gaan we in 2017 naar vijf. Ook op festivals zijn we verzekerd van een plek de komende jaren, zoals bij Festival der Aa in Schipborg en Oerol op Terschelling. Het gesprek met Simmerdeis is gaande.

Met Theater Utrecht, DOX en Castellum Hoge Woerd voeren we gesprekken over een samenwerking in 2019. Ook zoeken we een geschikte plek in YoungGangsters' afstudeerstad Maastricht en in België en zijn we in gesprek met Vis à Vis in Almere.

Strategie

De keuze om geconcentreerd maar verspreid door het land te spelen is niet arbitrair. De groots opgezette locatievoorstellingen zijn complex en duur om te vervoeren. Beperkt maar strategisch verplaatsen en meerdere dagen per locatie spelen biedt daarom de uitkomst.

Door een mix van festivals en steden te bespelen verspreiden we het risico dat het produceren van groot locatietheater met zich meebrengt. Festivals bieden vaak al een vast publiek dat op voorstellingen afkomt. Ook hebben ze veel voorzieningen beschikbaar, wat het financiële risico beperkt. In steden ligt dat anders. De locaties daar hebben vaak geen voorzieningen, het risico voor theaters om buiten hun huis te programmeren is groot en het vergt veel organisatie. Toch hebben we daar bij *The New Rambo Generation* en *Guess Who's Back* goede afspraken met theaters over kunnen maken en het risico kunnen beperken. Voor de voorstellingen bespraken we uitkoop- of garantiesommen, verdeelden we de inzet op marketinggebied en voorzagen theaters in technici en kassamedewerkers om productionele kosten te drukken. Groot produceren vraagt om een grote investering van alle betrokken partijen. Door de handen ineen te slaan werpt die investering juist zijn vruchten af. Zeker als we die investering duurzaam maken.



Financieringsmix

De voorstellingen van YoungGangsters zijn mede vanwege de locatie productioneel en technisch complex en dus duur. Tegelijkertijd zijn we ons publiek nog aan het opbouwen. Ook dat vraagt een investering. Om de toegangsprijzen toegankelijk te houden, is financiering uit publieke middelen nodig. Voor de komende jaren vragen wij een bijdrage aan het Fonds Podiumkunsten die in totaal 46,7% van de totale begroting dekt. Bij het Amsterdams Fonds voor de Kunst is een aanvraag voor 13,5% van de totale kosten neergelegd. Daarnaast vragen we in overleg met de programmerende theaters overige gemeentelijke subsidies aan. Ook rekenen we op bijdragen van private fondsen zoals van het Prins Bernhard Cultuurfonds, het VSBfonds en Fonds 21, die de projecten van YoungGangsters steeds gesteund hebben.

Deze bijdrages beslaan bijna 8% van het totaal. De voorstudies worden grotendeels door een externe partij gefinancierd. Waar nodig vragen we bij die voorstellingen gezamenlijk extra financiering aan bij gemeentelijke en provinciale fondsen. De coproductiebijdragen beslaan 9,5% van de begroting. We verwachten in totaal ongeveer 20% publieksinkomsten te halen. Mocht onverhoopt een of meer van deze financieringsvormen wegvallen zullen wij in nauw overleg met de overgebleven partijen onze artistieke en zakelijke ambities bijstellen.

Gangstersalons

Sinds 2014 hebben wij vijf Gangstersalons georganiseerd, gefinancierd door Het Lab Utrecht. Tijdens deze salons voeren we gesprekken met mensen die we inspirerend vinden en met ons mee willen denken over ons ondernemerschap en het verstevigen van ons gezelschap. Deze salons staan onder leiding van moderator Dennis Molendijk en notulist Jacqueline Schoenmaker.

Gasten in deze salons tot nu toe waren Erica Smits (dramaturg, marketingmedewerker), Bram de Jaeger (ABN AMRO), Hildegard Draaijer (DOX), Cees Debets (Theater aan het Spui), Viktorien van Hulst (Theaterfestival Boulevard) en onze 'vaste' team: Marius Mensink, Rutger Remkes, Nick Bos, Mats Boswijk en Floris van Delft.

Code Cultural Governance en Code Culturele Diversiteit

YoungGangsters is zich bewust van de normen van een goed bestuur. YoungGangsters volgt het Bestuur-Directiemodel. Bestuur en directie hebben tenminste drie gemeenschappelijke contactmomenten per jaar en onderhouden veelvuldig bilateraal contact. De directie bestaat uit twee artistiek leiders en één zakelijk leider. Zij zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor het opstellen van het projectplan, begroting en afrekening en leggen verantwoording af aan het bestuur.

We moeten werken aan de culturele diversiteit binnen onze organisatie. We kunnen meer divers zijn gezien de thematiek van de voorstellingen en het publiek waar we voor spelen. We zien dit zeker als een missie. Een eerste stap daarin is samenwerken met DOX en de HKU, waar culturele diversiteit al meer vanzelfsprekend is.

Publieksbenadering

De voorstellingen van YoungGangsters zijn een totaalervaring. De energieke voorstellingen, de filmische beeldtaal en de fysieke speelstijl hebben hier een belangrijke rol in, maar ook de zorgvuldig uitgezochte speellocaties op een zichtbare plek in de stad en de gehele entourage rondom de voorstelling zorgen ervoor dat het potentiële publieksbereik tot ver buiten de reguliere theatergrenzen rijkt. Zodra YoungGangsters ergens neerstrijkt, zorgt dit voor reuring in de directe omgeving. Eigenlijk kan YoungGangsters gezien worden als een 'upcoming' bandje of een *happening* waar je bij geweest moet zijn en waar iedereen de dag daarna over praat.

Onze doelgroep bestaat uit mensen – jong of jong van geest – vanaf 14 jaar. De voorstellingen sluiten goed aan bij de belevingswereld van jongeren, die gevuld is met actiefilms, games en andere elementen uit de 'swipecultuur'. Specifiek onderscheiden we theaterliefhebbers, (muziek)festivalpubliek, buurtbewoners van de locaties waar we spelen en 'early adapters' (die gevoelig zijn voor nieuwigheden). Daarnaast zoeken we per project naar thematisch gerelateerde doelgroepen.

Ambities en doelstellingen

Vanuit de overtuiging dat er nog een wereld aan publiek te winnen valt voor YoungGangsters is de hoofddoelstelling voor de komende jaren gericht op het vergroten van het publieksbereik en publieksbinding. De eerste gaat om het de groei in aantal bezoekers, de tweede om groei in aantal herhaalbezoeken en het genereren van betrokkenheid van het publiek gedurende het jaar.

Om deze doelstellingen te verwezenlijken hebben we de komende jaren de volgende strategieën voor ogen:

Doelstelling 1: vergroten publieksbereik, werven nieuw publiek

- Netwerkstrategie en cocreatie

Uit ervaring weten we dat het succesvol spelen in steden alleen kan slagen als de theaters zich samen met ons hard maken voor het neerzetten van het reizend circus dat YoungGangsters is. Dit houdt in dat we op een zichtbare plek in de stad moeten staan, en dat er op die plek een happening gaande is waar je bij geweest moet zijn. We werken daarom samen met theaters die niet bang zijn om groot en creatief met ons mee te denken en willen cocreëren.

Aanvullend daarop zoeken we per stad geschikte partners die de verankering kunnen helpen verstevigen. Op deze manier krijg je een opeenstapeling netwerken: van de theaters, van de (co)producerende gezelschappen, van onze eigen achterban en van die van de overige partners. Kruisbestuiving van verschillende publieksgroepen ontstaat en een nieuw publiek wordt bereikt.

Per project wordt gekeken welke partners er het beste passen bij de voorstelling. Zo werken we bij *Be Prepared* samen met Het Groninger Landschap en met lokale organisaties en (horeca)bedrijven rond de speellocatie. Daarnaast zetten we onze samenwerking met Filmhuis Den Haag en Het Ketelhuis in Amsterdam voort. Deze filmhuizen tonen tijdens *Guess Who's Back* onze *teasers*. Voorafgaand aan hun programmering en gedurende of in aanloop naar onze speelperiode programmeren zij films/documentaires die thematisch aansluiten bij onze voorstellingen.

Jongeren bereiken we vooral via onze samenwerking met scholen, hogescholen & universiteiten en jongerenorganisaties. Door elk jaar terug te keren in steden bouwen we relaties op met de bovenbouw van middelbare scholen. Die scholieren vormen ook na hun schoolcarrière een potentieel toekomstig publiek. Ook de vooronderzoeken, waarin we bijvoorbeeld samenwerken met DOX en de Noorderlingen, leveren een jonge doelgroep op.

- Stimuleren van een buzz

De voorstellingen van YoungGangsters zijn *buzz*-gevoelig. We ontwikkelen zowel online als offline marketingmiddelen om deze *buzz* op gang te brengen. We zorgen voor *exposure* in de stad voorafgaand aan de voorstelling door herkenbare pop-upacties: we doen acts op gerichte evenementen in de stad, laten *trailers* en *teasers* zien in de etalages van lege winkelruimten (in Den Haag zijn we in gesprek met een organisatie die deze beheert). Op de speellocaties zijn we al zichtbaar voorafgaande aan de speelperiode. Voor *Guess Who's Back* wordt bijvoorbeeld op het Spuiplein in Den Haag een graffitimuur gemaakt met de titel van de voorstelling en een lichtgevend kruis als voorbode van wat komen gaat. Hiermee zijn we zichtbaar en wekken we nieuwsgierigheid op.

Social media is een krachtig middel om in dialoog te gaan met het (potentiele) publiek. Het zorgt voor betrokkenheid, vergroot de naamsbekendheid. Op Facebook proberen we onze volgers zo veel mogelijk te engageren door middel van backstagefoto's en mini-documentaires van het maakproces. Daarnaast nodigen we na afloop van onze voorstellingen bezoekers actief uit om een reactie achter te laten op onze Facebookpagina. YoungGangsters heeft een Facebookaccount met zo'n 1300 zeer betrokken *likers*. Dit aantal moet in de komende jaren groeien tot minimaal 5000. Aansluitend op de visuele beeldtaal die zo eigen is aan de voorstellingen van YoungGangsters zullen we de komende jaren ook veel meer aanwezig zijn op Instagram en YouTube. We werken samen met Milk Productions voor het maken van *teasers*. Zij maken in opdracht korte filmpjes die aansluiten op de voorstelling. Dit moeten korte opzichzelfstaande filmpjes zijn die je lekker maken voor de voorstelling. Deze *teasers* worden verspreid via de sociale media en zorgen voor hoge zichtbaarheid

Onze zichtbaarheid op de social media vergroten we door advertentiecampaagnes: Facebookadvertenties, true-viewcampagnes op YouTube (reclamefilmpjes van YoungGangsters die vooraf aan YouTube filmpjes worden afgespeeld) en Google Adwords. Voordeel van deze campagnes is dat je heel gericht kunt targetten

op bijvoorbeeld locatie, interesses en leeftijd. Daarnaast zijn deze campagnes goed meetbaar en zijn ze gedurende de looptijd eventueel bij te stellen en roepen we het publiek actief op hun ervaring te delen via social media of om reacties achter te laten op onze site. Jongeren zijn online zeer actief en vormen daarmee een belangrijke spil in het verspreiden van content op social media.

Doelstelling 2: publieksbinding gericht op bestaand publiek

- Nieuwsbrief

Voorafgaand en gedurende de hele speel- en repetitieperiode met regelmaat content voor onze nieuwsbrief en sociale media. In de nieuwsbrief bieden we een maandelijkse (gast)column van een van de 'Gangsters' en 'behind the scenes'-foto's.

- GangMemberbestand

We gaan de komende tijd onze GangMembers uitbreiden. Nieuwe GangMembers worden na afloop van de voorstelling actief geworven door de acteurs. GangMembers krijgen in ruil voor een eenmalige donatie van €10 de nieuwsbrief en een gadget. Zo dragen ze financieel bij aan de productie van de volgende voorstelling. We houden dit bedrag bewust zo laag mogelijk, zeker in het kader van publieksbinding is het lid worden belangrijker dan de financiële bijdrage.

- Ambassadeurs

Jort Kelder noemde YoungGangsters 'indrukwekkend', Floortje Dessing vond Guess Who's Back 'geniaal'. Dit soort sleutelfiguren willen we inzetten als ambassadeurs. Zij kunnen door middel van promofilmmpjes of posts op social media een grote achterban aanspreken.

- Contextactiviteiten

Via diverse contextactiviteiten zorgen we niet alleen voor verdieping van de voorstellingen, maar ook voor dialoog en ontmoeting met ons publiek. De contextactiviteiten kunnen bestaan uit relatief eenvoudige inleidingen en nagesprekken (eventueel in samenwerking met voorstellingsthema-gerelateerde gasten), of ludiekere activiteiten. Bij *Heroes* kun je bijvoorbeeld denken aan het 'Wat is je ware leeftijd'-spel of bij *Be Prepared* aan het voorschotelen van het Laatste avondmaal en een workshop 'preppen'. Hoe bereid je je voor op een ramp? Welke benodigdheden moet je in huis hebben en is je huis wel rampenproof? Ken je alle belangrijke en gevaarlijke plaatsen in je buurt?

5. TOELICHTING OP DE BEGROTING

YoungGangsters vraagt voor 2017-2020 een bijdrage aan het Fonds Podiumkunsten van €225.000,-. Dat is gebaseerd op €75.000,- vaste voet en per jaar 60 activiteiten in de categorie kleine/middelgrote podia, voor het bedrag van €2500,- per uitvoering. De jaarbegroting van YoungGangsters is gebaseerd op een grote productie en een voorstudie per jaar die op zomerfestivals en in steden op locatie spelen. Hoewel de producties in inhoud en vorm van elkaar verschillen zijn ze in een jaarlijks terugkerend model gefinancierd. Hierdoor zijn er geen verschillen tussen de jaarbegrotingen van 2017 tot 2020.

Inkomsten

Bij het Amsterdam Fonds voor de Kunst vraagt YoungGangsters, via Theaterzaken Amsterdam, €65.000,- aan ter ondersteuning van de Amsterdamse activiteiten.

De kosten van de grote locatievoorstellingen worden gedekt door publieksinkomsten, coproductiebijdragen, private fondsen en gemeentelijke aanvragen. Van 2013-2015 hebben we een gemiddeld eigen inkomsten quotum van 69,5% behaald. Voor de periode van 2017-2020 verwachten we wederom een stabiel eigen inkomsten quotum te halen. In overleg met de programmerende theaters vragen we gemeentelijke subsidies aan, die tot nu toe steeds zijn toegekend. Ook rekenen we op bijdragen van private fondsen zoals van het Prins Bernhard Cultuurfonds, het VSBfonds en Fonds 21, die de projecten van YoungGangsters de jaren door ondersteund hebben.

De publieksinkomsten zijn gebaseerd op een groeiemodel. We zetten in op het beleid dat we de afgelopen jaren hebben gevoerd: voor de voorstellingen bespraken we uitkoop- of garantiesommen. De hoogte hiervan zal stijgen, rekening houdend met prijs- en publieksstijging. De toezeggingen van de theaters voor de komende vier jaar, geven vertrouwen dat dit haalbaar is. Daarnaast baseren we inkomsten van een festival als Oerol op ervaringen uit het verleden.

Medewerkers

Het opzetten en voorbereiden van de complexe voorstellingen en het investeren in het netwerk, dat publiek en partners oplevert, vragen tijdsinvestering van Lotte Bos, Annechien de Vocht en Inge Sonderen. Hier is rekening mee gehouden in de begroting.

Alle salarissen en honoraria, inclusief de bijbehorende werkgeverslasten zijn gebaseerd op de CAO Nederlands Theater en beslaan het gemiddeld aantal speelbeurten van 60. Voor de productie leider en de technici is er bovendien rekening gehouden met extra bouw- en breekdagen.

Toelichting op de beheerslasten

YoungGangsters heeft de organisatie ondergebracht bij Theaterzaken Via Rudolphi. De totale beheerslasten beslaan 13,7% van de begroting. De personele beheerslasten zijn opgebouwd uit zakelijke leiding, boekhouding en secretariaat (8,1%). Vanuit de materiele beheerslasten wordt een deel van de kantoor- en huisvestingslasten van TVR gefinancierd. TVR huurt tegen cultureel tarief een bedrijfspand van de gemeente Amsterdam.

Groei

Tot 2016 produceerden we één productie per twee seizoenen. In dit kunstenplan plannen we één productie per jaar en één onderzoek. Dat verklaart de grotere omzet. We spelen per jaar gemiddeld 50 grote locatievoorstellingen voor 7500 bezoekers en 10 voorstudies voor 750 bezoekers.



Young Gangsters
t.a.v. Inge Sonderen

Betreft: intentieverklaring programmering 2017 - 2020

Amsterdam, vrijdag 26 februari 2016

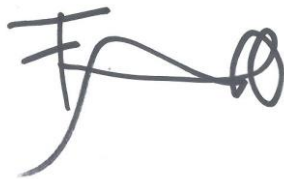
Beste Inge, Annechien en Lotte,

Ik kijk enorm uit naar onze samenwerking als coproducerende partner van de voorstelling Big Jesus van de Young Gangsters die we in mei 2016 op locatie in Amsterdam gaan realiseren.

Jullie voorstellingen, een combinatie van spectaculaire locatievoorstellingen met actuele inhoud, zijn een fijne inhoudelijke en dynamische aanvulling op de programmering van Theater Bellevue.

Voor de komende kunstenplanperiode 2017 – 2020 neem ik jullie dan ook graag op in mijn programma.

Met vriendelijke groet,



Frank Noorland
Programmeur Theater Bellevue

INTENTIEVERKLARING

Beste leden van de adviescommissie,

Young Gangsters hebben in onze ogen de afgelopen jaren een sterke ontwikkeling doorgemaakt, van talentvolle makers met bravoure naar zelfstandige makers bravoure. Dat zij nu een meerjarige subsidie aanvragen om hun ontwikkeling met meer continuïteit voort te zetten past bij hun ambitie. Wij steunen ze daarbij graag en willen meewerken aan het vergroten van hun speeldomein en naamsbekendheid. Dat de makers Groningse roots hebben en zich nog altijd met de stad en omgeving verbonden voelen speelt daarbij zeker mee.

Wij willen de komende jaren op een aantal manieren met Young Gangsters samenwerken. Om te beginnen zullen we helpen bij het vinden van speelplekken voor hun voorstellingen, steeds op locaties in of om de stad. Voor het bereiken van het juiste en een groeiend publiek werken we vervolgens nauw met de groep samen.

Indien mogelijk en vooral zinvol kunnen we eveneens bijdragen aan de totstandkoming van de kleinere onderzoeksprojecten. Dat betekent dat we onze netwerken en contacten aanbieden, maar ook zoeken naar ruimte in onze faciliteiten (studio, gastenverblijf, werkplaats).

Belangrijk is ook de doorlopende artistieke dialoog die we met elkaar zullen hebben. Doordat we de voorstellingen in de stad plaatsen en betrokken zijn bij de voorbereidende projecten volgen we de ontwikkeling van de groep goed en gaan daar met de makers over in gesprek. Andersom vragen wij de makers ook onze eigen ontwikkeling als 'nieuwe organisatie' te volgen en ons feedback te geven.

Tot slot zullen we specifiek met Inge Sonderen kijken of we haar binnen onze 'producer training' van het productiehuis kunnen ondersteunen en coachen in haar ontwikkeling, met name in de gewenste internationale stappen.

Wij hebben vertrouwen in de plannen van de groep en de stappen die zij daarmee zullen zetten in hun artistieke en productionele groei. Uiteraard hopen wij dat u dat met ons eens bent.

Vriendelijke groet,
mede namens Niek vom Bruch,

Mark Yeoman
artistiek directeur Grand Futura

Rotterdam, 23 februari 2016

Geachte,

Met veel plezier en vol verwachting kijken wij uit naar de verdere samenwerking met het jonge theatercollectief Young Gangsters. Aan de relatie die wij met hen opbouwden, willen wij de komende jaren graag verder werken.

Young Gangsters is sterk op zoek naar de rafelranden van de beschaving en krabt het dunne vernislaagje er met scherpe nagels af. Met intelligente slapstick die zowel hilarisch als schrijnend is en waar de verstopte boodschap langzaam naar buiten sijpelt. We ervaren de voorstellingen van Young Gangsters als een geweldige krachtbouillon. Wij hopen ze in Rotterdam nog lang te kunnen presenteren.

Wij hopen dat de nieuwe theaterprojecten van Young Gangsters net zo ruimhartig ondersteund zullen worden als wij dat al jaren doen.

Met vriendelijke groet,
ROTTERDAMSE SCHOUWBURG



Walther van den Heuvel
Hoofd programmering

THEATER AAN HET SPUI

(070)3465272 / Spui 187 2511BN Den Haag / www.theateraanhetspui.nl

Den Haag, 26 februari 2016

Zeer geachte commissie,

Theater aan het Spui organiseert in april van dit jaar een serie voorstellingen getiteld *Guess Who's Back* in nauwe samenwerking met The Young Gangsters. In 2014 werd er in onze Zaal3 gewerkt aan de voorstudie *Jesus is my Homeboy*. Straks op het Spuiplein zullen er grote groepen jong publiek verleid worden om de voorstelling te beleven. Publiek dat zo moeilijk bereikbaar is en waar het zo moeilijk aan uit te leggen is dat theater een indringende en zeer energerende ervaring kan geven. Daarom werken we graag met The Young Gangsters, omdat zij een frisse theatertaal hanteren. Die herkenbaar en scherp is en altijd dichtbij het publiek staat. Theater voor de hele stad is een van onze uitgangspunten, wij hopen de komende jaren samen met Young Gangsters te bouwen aan een nieuw publiek dat veelal een unieke (eerste) theaterervaring bij hen opdoet.

Met vriendelijke groet,



Cees Debets
Directeur Theater aan het Spui



www.lux-nijmegen.nl

■
POSTADRES
Postbus 1155
6501 BD Nijmegen
Nederland

■
KANTOOR
Oranjesingel 42
6511 NW Nijmegen
Nederland

Intentieverklaring

Nijmegen, 25 februari 2016

Betreft: **Intentieverklaring**

Hierbij spreekt LUX de intentie uit om in de periode 2017-2020 de voorstellingen van Young Gangsters op locatie in Nijmegen te realiseren. Bij voorkeur in samenwerking met andere Nijmeegse culturele instellingen en events, om zo de producties aan een zo breed mogelijk cultureel geïnteresseerd publiek aan te kunnen bieden. We hopen hiermee in de zomer van 2017 van start te gaan.

Aldus opgesteld en verklaard,

Namens LUX

Michèle Bouwmans
Senior Programmamaker LUX

024 3818126
06 44480722
www.lux-nijmegen.nl



Groningen, 25 februari 2015

Aan de YoungGangsters

Beste Lotte Bos en Annechien de Vocht,

Naar aanleiding van onze samenwerking in 2015 met *Bottoms up!* hebben we de intentie om in de toekomst vaker samen te werken met de YoungGangsters. Jullie werkwijze, die resulteert in geëngageerde en toegankelijke fysieke voorstellingen op locatie, is met het samenbrengen van onze spelers en jullie professionele acteurs de perfecte aanvulling op ons curriculum en kwaliteit van voorstellingen.

Met hartelijke groeten,



Lotte Lohrengel
Artistiek directeur



Aan:
Stichting YoungGangsters
T.a.v. Annechien de Vocht, Lotte Bos en Inge Sonderen

DATUM

Terschelling, 25 februari 2016

BETREFT

Intentieverklaring Young Gangsters 2017-2020

1/1

PAGINA

Beste Lotte, Annechien en Inge,

Naar aanleiding van onze eerdere samenwerking en met de succesvolle uitvoeringen van Guess who's back vers in het geheugen, verheugen wij ons op een vervolg hiervan en zijn wij in gesprek over een nadere uitwerking van een samenwerking tussen Oerol en YoungGangsters in de komende periode (2017-2020).

De samenwerking bestaat wat ons betreft uit;

- Intensiveren van het inhoudelijke gesprek over de ontwikkeling van nieuwe projecten in relatie met de artistieke mogelijkheden die het festival biedt. Oerol is daarbij specifiek geïnteresseerd in ideeën die de kaders van de begrippen voorstelling en festival zelf ondervragen en die daarnaast ook een nieuw publiek aanspreken.
- Het programmeren van het project Be Prepared en een (of meerdere) nader te bepalen specifieke locatieprojecten in het theaterprogramma in de periode 2017-2020.

In het theaterprogramma zullen voorstellingen gedurende de hele periode van het festival worden geprogrammeerd, in een reeks van 8 of 16 voorstellingen op een nader te bepalen locatie en een nader te bepalen publiekscapaciteit. Een en ander op basis van de zogeheten 'recetteregeling' (zie website Oerol).

Met vriendelijke groet,

Kees Lesuis
Artistieke leiding Oerol festival



oerol

Zuid Midlandweg 4
8891 GH
Terschelling-Midland
The Netherlands

+31 (0) 562 448 448
info@oerol.nl
www.oerol.nl

KvK 41005122
BTW nr. NL 803778302.B01