

ACTIVITEITENPLAN BONTEHOND 2017-2020

Hoofdstuk 1: Profiel

Afgelopen september vierde BonteHond, de enige jeugdtheatervoorziening in Flevoland, zijn 10-jarig bestaan. Vanuit standplaats Almere hebben we het afgelopen decennium veel Nederlandse en Vlaamse peuters, kleuters, kinderen, jongeren en ook volwassenen verrast met theater dat anders is dan anders. De eerste zeven jaar dankzij Noël Fischer, en sinds 1 januari 2013 onder vurige aanvoering van artistiek leider René Geerlings. In de huidige Kunstenplanperiode zijn bergen werk verzet en is het profiel van BonteHond uitgekristalliseerd.

Missie

De corebusiness van BonteHond is het maken van anarchistisch jeugdtheater (lange leve het eigennuttige kind!) dat een rol speelt in het landelijke artistieke discours. Geerlings wil de verbeelding van kinderen levend houden. Hun verwondering voeden en beschermen tegen hokjesgeesten en regelneven. Oproepen tot wat gezonde ongehoorzaamheid. Laten zien wat mooi is, maar ook wat lelijk en droevig is. Vermaken én troosten. En dit alles via een vorm en inhoud die ook de volwassen toeschouwer uitdaagt om weer net zo'n open kijker te worden als kinderen van oorsprong zijn.

Daarnaast investeert BonteHond in afzetstrategieën omdat we duurzaam publiek voor jeugdtheater willen kweken in Almere en Flevoland. Wil je in deze jonge stad en provincie voet aan de grond krijgen als theatermaker, dan vergt dat extra inspanning. Bewoners moeten zelf nog wortelen en de publieksopbouw voor kunst is nog volop gaande. BonteHond heeft hier een taak, een toekomst. Om nieuw publiek te winnen, brengen we voor vrij publiek publiekswerkingsprogramma's uit (zie Hoofdstuk 2) en voor schoolgaande jeugd diverse doorlopende leerlijnen cultuureducatie (zie Hoofdstuk 4). Die aanpak werkt.

Visie

In zijn veelzijdigheid en continuïteit is BonteHond nog altijd een BIS-gezelschap, ware het niet dat zijn activiteiten nu hoofdzakelijk door het Fonds Podiumkunsten en het Fonds voor Cultuurparticipatie worden gefinancierd. Voor 2017-2020 zetten we onze koers voort, alleen gaan we nog autonomer te werk. Theaters in Flevoland zijn nog niet happig op BonteHond ('te confronterend') en landelijk hebben we te maken met podia die minder risicovol programmeren. Het antwoord van Geerlings en zakelijk directeur Roeland Dekkers is helder: artistiek-inhoudelijk gaan we geen concessies doen en onze producties gaan we voortaan zelf, vanuit onze eigen bevlogenheid en zonder tussenkomst van een impresariaat, verkopen. Ook internationaal, want om in het geïsoleerde Almere artistiek geïnspireerd te blijven, is het van belang de buitenwereld op te zoeken.

In 2020 is BonteHond nog steeds een voorhoedespeler in het Nederlandse jeugdtheater en graag geziene gast in alle theaters van Flevoland en op inspirerende festivals in het buitenland. Wijlen choreograaf Pina Bausch heeft de Duitse provinciestad Wuppertal internationaal op de kaart weten te zetten door vernieuwing te brengen. Haar *Waltzer* was de eerste voorstelling die Geerlings, 14 jaar oud, zag en die hem de ogen opende voor een leven anders dan 'dat rottige schoolplein in Eindhoven'. Geerlings: 'Zonder mezelf nu met haar te willen vergelijken, is het mijn droom dat Almere ooit het Wuppertal van Nederland wordt. Een New Town als boegbeeld van vernieuwing, én van het jeugdtheater. Met BonteHond als het immer verrassende en onderzoekende

stadsgezelschap.' Het is een gezonde toekomstvisie: ambitieus en omgevingsgericht. Typisch BonteHond.

Hoofdstuk 2: Artistiek programma

2.1 Uitgangspunten

Anarchistisch jeugdtheater

Het lijkt ouderwets en beladen om zo'n historische en politieke term als anarchisme aan te halen om jezelf te positioneren. Maar als BonteHond iets wil bereiken met zijn jeugdtheaterproducties, is het een kritische en autonome houding van het kind. Geerlings zal kinderen nooit laten wegdromen in sprookjes, maar altijd confronteren met persoonlijke of maatschappelijke onderwerpen waarom hij zich druk maakt. 'Kinderen moeten naast alle regels en afspraken een open en eigenwijze blik houden. Ik wil ze overhalen niet 'te' volwassen te worden omdat ik denk dat de wereld daar beter van wordt. Hoe fijn zou het zijn als wij allemaal nieuwsgierig naar elkaar zouden kunnen kijken? We zouden minder bang zijn voor alles wat anders lijkt.' Geerlings' theater is gelaagd. Of het nou ging om de karikaturale typering van hangjongeren, ambtenaren en kunstenaars in *Aso* (10+), het met verbodsborden volgeplempte groene polderlandschap in *Niet Huppelen!* (5+), de iPad die de spelers bestuurt (en niet andersom) in *Aaipet* (2.5+) of kwetsbaarheid die voor de een wel en voor de ander niet goed uitpakt in *Know me* (12+): altijd konden meerdere leeftijdsgroepen zich erin spiegelen. En dat zal zo blijven als goed straks slecht achtervolgt in *Rennen in rondjes* (2+), de juf een eigen leven leidt in *Het Juffenballet* (5+) en de dood een lieve gast blijkt in *Laten we gaan* (6+). Of als een betutteld kind zijn ouders de vloer af speelt in *Mijn kind kan niks* (8+), een wannabe kindactrice uitglijdt in *Ik*. (10+) en een galeriehouder niks begrijpt van een kunstwerk dat hij in elkaar moet zetten in *Kunst* (12+).

De manier waarop Geerlings zijn onderwerpen vertaalt, zijn stijl, is ook allesbehalve doorsnee of gelikt. Allereerst denk hij vanuit beeld, zijn taal is beeldend. Hierin verraadt hij zijn mime-achtergrond. Tekst gebruikt hij, maar alleen voortkomend uit beelden of muziek. Hij houdt van taal waarvan je bijna niet hoort dat het taal is, van woorden die niet te eenduidig en verhalend zijn. Het meest succesvol zijn die scripts die pas tijdens de repetities ontstaan, in reactie op wat er gebeurt. Daarbij heeft hij een voorkeur voor de uitvergroting en het licht absurde; voor dat wat eigenlijk niet kan. En zijn theater is 'vol', met veel gebeurtenissen, wendingen en betekenislagen: 'Ik houd van toeters en bellen. Kinderen wil ik iets meegeven om over na te denken, maar ik wil ze ook vermaken. De grens tussen kunst en commercie is voor mij niet altijd even strikt. Mijn werk beweegt zich in feite tussen drie favorieten van vroeger: de combinatie van een serieuze thematiek en een lichtvoetige vorm in *The Sound of Music*, de dramatiek en stilering in *Waterschapsheuvel* en het absurde en de humor in *Monty Python and the Holy Grail*.' Ook typerend, en bijzonder in het Nederlandse jeugdtheater, is dat metatheater vaak een rol speelt in de stukken van BonteHond. Geerlings wil de transparantie van theater laten zien, niet te veel 'doen alsof'. Kinderen duidelijk maken dat ze kijken naar theater (en niet tv). Hij doorbreekt de zogenaamde vierde wand, combineert met het grootste gemak verschillende speelstijlen en perspectieven, of vertelt zijn publiek gewoon dat iedereen op het podium een rol speelt. *Dit is geen theater*, een voorstelling in de vorm van een voorlichtingsavond, heeft deze stijl zelfs tot thematiek verheven. 'Al dat doen alsof: levensgevaarlijk!'

Publiekswerkingsprojecten

Theatermaker Judith Faas is degene die het genre van de publiekswerkingsprogramma's heeft ontwikkeld binnen BonteHond. Dit gebeurde dankzij een innovatietoeslag van het Fonds

Podiumkunsten. Gezien hun artistieke kwaliteit en ambities worden de programma's nu een volwaardig onderdeel van ons artistieke aanbod. Publiekswerkingsprojecten zijn locatieprojecten rond uitgesproken maatschappelijke thema's. Aanvankelijk werden die nog onttrokken aan de 'reguliere' voorstellingen van BonteHond, maar het publiekswerk speelt inmiddels zo'n autonome rol, dat die link geen must meer is. Tegenwoordig krijgen we ook verzoeken, onder andere van de Gemeente Almere en Bureau Gelijke Behandeling Flevoland, om bepaalde thema's op een artistiek-inhoudelijke manier onder de aandacht te brengen. Dit resulteerde onlangs in *Eigen Schuld*, een theatrale route door een leegstand winkelpand in Almere over jongeren in de schulden. Het publiekswerk heeft altijd een participatief karakter. Niet in de zin van meespelen, maar door stem te geven aan de verhalen van 'gewone' mensen. In het begin haalden we de inhoud van voorstellingen op in de klas (*Brutale portretten, Schatgraven*), daarna ook elders. Voor *Geen I.D.* zijn we gaan praten met de bewoners van een asielzoekerscentrum, voor *Eigen Schuld* met hulpverleners en hun cliënten. Voor toekomstige projecten als *Hoe gaat het?* en *Maatje meer* richten we ons op zieke, gehandicapte kinderen en maatjes en mantelzorgers. Faas: 'Hun leefwereld, hun ervaringen, hun emoties, hun woorden of, zoals bij de kinderen in het asielzoekerscentrum, hun dansjes zijn mijn materiaal en essentieel voor het scenario en de acteurs.' Ook de encenering, bijvoorbeeld een theatrale ontmoeting met mensen die je niet kent of een theatrale installatie in de vorm van een doolhof, vereist een actieve deelname van het publiek.

Faas' anker ligt in het ervaringstheater. Als theatermaker ontwikkelt ze zich steeds duidelijker richting een beeldende, fysieke taal. Daarin groeit ze naar Geerlings toe. Ook zij gebruikt nog wel tekst, maar niet veel en niet zomaar. 'Beeld is meestal minder duidend en gesloten dan tekst en dat past goed bij mijn werk waarin ik juist de mitsen en maren van issues wil laten zien. Ook is tekst al snel te realistisch om theater te zijn of te theater om geloofwaardig te zijn.' Er is veel vraag naar de publiekswerkingsprojecten van BonteHond. Ze sluiten aan bij de tijdgeest en zijn een artistieke vertaling van sociale problemen die in Almere spelen. BonteHond trekt er niet alleen nieuw publiek mee. De producties dwingen het gezelschap ook om zich volledig open te stellen voor de stad en de provincie.

2.2 Ambities

Jaarlijks brengt BonteHond straks één kleine zaal- of festivalproductie uit, evenals twee middenzaalproducties en één publiekswerkingsprogramma. Om het jaar werkt Geerlings voor een van de middenzaalproducties samen met Job Raaijmakers, met wie hij eerder de prijswinnende producties *Aap en Beer* en *Niet Huppelen!* maakte. Het spelen op locatie blijft belangrijk en krijgt een vervolg in de festivalproducties en de publiekswerkingsprogramma's. Verder gaat BonteHond coproduceren met drie jeugdtheatergezelschappen: Artemis, Beumer & Drost en Maastd. Met laatstgenoemde brengen we in 2019 onze eerste grote zaalproductie uit. Ook ontwikkelen we een serie voor televisie (zie Hoofdstuk 3: Samenwerkingen).

2.3 Projecten 2017-2018

De nieuwe Kunstenplanperiode beginnen we met enkele reprises van bewezen successen, onze ambassadeurs. Mocht deze subsidieaanvraag niet worden gehonoreerd, dan komt de programmering van theaters dus niet in gevaar. Het gaat om: *Aaipet* (inmiddels meer dan 150 keer gespeeld en voor volgend seizoen al 180 keer verkocht!), *Know me, Dit is geen theater* en *Voorstelling waarin hopelijk niks gebeurt*. Deze laatste is ietwat een uitzondering: ze is een coproductie met Artemis en wordt, net als destijds, geregisseerd door Jetse Batelaan. Het stuk won de Gouden Krekel 2005 en wordt gespeeld door René Geerlings en Martin Hofstra, de originele cast. In 2018 beslissen we welke twee nieuwe voorstellingen worden hernomen.

2017

Revolution starts now 12+ (middenzaal)

Speelperiode: okt-dec 2017

Concept en spel: Floyd Koster en Henke Tuinstra, eindregie: René Geerlings, muziek: Tommy Ventevogel, tekst: Rob de Graaf, dramaturgie: nader te bepalen

Opmerkingen: nieuwe makersproductie, Jeugdtheaterpitchwinnaar 2015

Henke en Floyd zijn mensen van deze tijd met alles wat daarbij hoort. Smartphones, perfecte Facebookpagina's, genoeg vrienden, net genoeg geld. Het leven komt hen aanwaaien. Maar dat willen ze niet. Ze willen moeten strijden voor hun bestaan. En dus starten ze een revolutie met het publiek als hun bondgenoten. Ook al weten ze niet precies waarvoor en waartegen ze vechten. Het is namelijk time for a change!

Revolution starts now is de Jeugdtheaterpitchwinnaar van 2015 en wordt de eerste jonge makersproductie van BonteHond in de periode 2017-2020. Henke en Floyd benaderden ons als producent, ook omdat ze Geerlings als eindregisseur willen. De repetitieperiode duurt zeven weken. Tekst en muziek worden speciaal geschreven en de componist krijgt een rol op het podium. De eerste weken werken Henke en Floyd zelfstandig, met als grootste bron de tekst van Rob de Graaf die hij grotendeels van tevoren schrijft. Geerlings reageert wekelijks op de scènes, teksten, beelden. In de loop van de repetitieperiode zal hij vaker aanwezig zijn en de laatste twee weken fulltime om af te regisseren. De première is in De Krakeling. De voorstelling reist met één technicus. Floyd en Henke krijgen het standaard educatie- en communicatiepakket van BonteHond (zie Hoofdstuk 4). Daarnaast houden ze een videodagboek bij en gaan op social media oproepen plaatsen voor hun revolutie.

Hoe gaat het? 10+ (locatieproject in Flevoziekenhuis)

Speelperiode: okt-nov 2017

Regie: Judith Faas en Pieterneel Bollmann, muziek: William Bakker, tekst: nader te bepalen, decor: Marlies Schot, dramaturgie: Riet Mellink

Opmerkingen: Bollmann co-regisseerde eerder *Geen I.D.* en *Eigen Schuld*

Mensen vinden het over het algemeen moeilijk om met personen om te gaan die 'iets hebben' of er anders uitzien. Een wijnvlek, brandwond, spraakbeperking, één been: mag je ernaar kijken, moet je het ontkennen of er juist iets over zeggen? Judith Faas en Pieterneel Bollmann gaan op zoek naar dit ongemak. Want ongemerkt zorgt dit gedrag bij de ander vaak voor een gevoel van eenzaamheid of uitsluiting.

Hoe gaat het? is een complexe productie: op locatie (in een ziekenhuis, waar veel kwetsbare mensen verblijven) en met – net als bij eerdere publiekswerkingsprojecten van BonteHond – een grote rol voor de (installatie-achtige) vormgeving. Daarnaast heeft het script uitzonderlijk veel voorbereiding nodig: het wordt gebaseerd op interviews met kinderen die een fysieke beperking hebben, en op gesprekken met hun familieleden en klasgenoten, met artsen, verplegers en andere specialisten. Het vooronderzoek vindt daarom al in 2016 plaats, de repetitieperiode zelf is zeven weken. Er spelen twee acteurs van BonteHond mee. *Hoe gaat het?* krijgt het standaard educatie- en communicatiepakket van BonteHond en een eigen (inhoudelijke) blog. De productie speelt zeven keer voor vrij publiek en nog twaalf keer voor groep 7/8 (besloten voorstellingen). De beoogde samenwerkingspartners zijn, naast het Flevoland Ziekenhuis, Kinderpolikliniek Almere, patiëntenverenigingen, Festival 5 D (theaterfestival voor kinderen met en zonder een beperking) Fonds NSGK en scholen uit Almere.

Legend of the larps, part 2 8+ (middenzaal)

Speelperiode: okt 2018-jan 2019

Idee en spel: Maurits van den Berg, Sascha Muller en Lisa Groothof (jonge makerspoot Beumer & Drost), regie: René Geerlings, muziek: William Bakker, decor: Marijn Akkermans

Opmerkingen: coproductie met Toneelschap Beumer & Drost, vervolg op hun *Legend of the larps, part 1*

In het dagelijkse bestaan werk je voor de belasting, ben je huisvrouw of wiskundestudent, maar in de Kruisbergse bossen of op de Utrechtse Heuvelrug kan je echte ik naar buiten komen. Schuilt er niet een elf in ons allemaal? Of een dwerg of een ork? Waar de Paradevoorstelling *Legend of the larps, part 1* van Beumer & Drost vooral een stoomcursus 'larpen' was (live action role playing), gaat het in *Legends of the larps, part 2*, een zaalvoorstelling in coproductie met BonteHond, meer over de larper en zijn personage. Hoe ziet jouw alter ego eruit? Waarom juist zo? In welke hoedanigheid ben je het meest jezelf? De humor blijft, maar met meer psychologische diepgang. Het bewustzijn dat je iedereen kunt zijn, begint rond de leeftijd van onze doelgroep. De buitenkant kun je makkelijk vormgeven, maar geldt dat ook voor de binnenkant?

De voorstelling heeft de vorm van een documentaire. Het ene moment duikt het publiek vol in de fantasie van een larper, het andere moment zien we het personage over zijn keuze voor het alter ego praten alsof hij voor camera wordt geïnterviewd. Er wordt genoeg ruimte overgelaten om het publiek zelf te laten invullen of de personages tevreden zijn met zichzelf, of dat ze zichzelf graag anders zouden zien en daarom dit spel spelen. De muziek wordt een epische mix van fragmenten uit filmsoundtracks. De repetities beginnen niet vanuit een tekst of script, maar vanuit improvisaties rond het thema waaraan alle disciplines meedoen. Na drie weken worden er knopen doorgehakt over de vormgeving en het decor. Na vier weken is er een grof script dat aangescherpt en verfijnd gaat worden. *Legend* krijgen het standaard educatie- en communicatiepakket van BonteHond. Verder wordt er als aanjager een korte fictieve docuserie gemaakt voor Youtube en Vimeo. 'Wil je weten hoe dit in het echt afloopt, kom dan naar de voorstelling.' Natuurlijk maken BonteHond en Beumer & Drost voor de publiciteit en verkoop gebruik van elkaars netwerken. We verwachten vijftig speelbeurten te halen: ons beider reputaties zijn goed en Beumer & Drost heeft in België een eigen verkoopbureau. De voorstelling toert met twee technici.

Ik 10+ (grootschalige festival-/locatieproductie)

Speelperiode: jun-aug 2018

Regie: René Geerlings, muziek: William Bakker, tekst: Eva Gouda, film: Ilja Lammers

Opmerkingen: met openluchtfilm

Een verwend meisje koeioneert haar familie, iedereen danst naar haar pijpen. Als ze opeens besluit filmactrice te worden, durft niemand haar te weigeren, ook al heeft ze geen talent. Ze produceren een heuse speelfilm rondom het monsterlijke kind. Ze wil het leven van Marie Antoinette (de belichaming van lichtzinnig consumptiegedrag) nabootsen. Maar niks loopt zoals het moet lopen, het geld raakt op en eeuwige roem blijft uit. *Ik* is los gebaseerd op het verhaal van wannabe operazangeres Florence Foster Jenkins, die niet kon zingen, maar zichzelf toch een plek wist te veroveren in The Royal Albert Hall in Londen omdat ze veel geld had, en op het sprookje *De nieuwe kleren van de keizer*.

Deze productie is een locatieproject voor de grote zomerfestivals van Nederland en België (Oerol, Over het IJ, Boulevard, De zomer van Gent) en wordt een interdisciplinaire samenwerking tussen film en theater. Het decor bestaat hoofdzakelijk uit een groot (openlucht) filmscherm. Filmmaker Ilja

Lammers is aangetrokken voor de speelfilm die geleidelijk ontstaat. Het script van *Ik*, dat gedurende de acht weken repetities wordt voltooid, wordt geschreven door Eva Gouda, een schrijfster met wie Geerlings eerder werkte. De cast bestaat uit zeven acteurs die uitblinken in fysiek spel. Het standaard educatie- en communicatiepakket van BonteHond wordt op social media aangevuld met een filmtrailer van de beoogde film die het hoofdpersonage wil en in Almere met een grote billboardactie. We verwachten 35 speelbeurten, vergelijkbaar met *ASO* uit 2013. Twee technici begeleiden de tournee.

Laten we gaan 5+ (kleine- en middenzaal)

Speelperiode: feb-mrt 2018

Idee en concept: René Geerlings en Job Raaijmakers, regie: René Geerlings, muziek: Wim Conradi, video: Bram de Goeij

Laten we gaan wordt een lieve voorstelling over afscheid nemen, loslaten en weggaan. In onze cultuur is afscheid nemen niet ingebed, we willen dat alles eindeloos duurt. We willen voor eeuwig leven en houden geen rekening met het einde. Laten we gaan is een pleidooi voor afscheid. Alles houdt op een gegeven moment op, dus kan je je daar maar beter een beetje op voorbereiden. En dan niet als iets verdrietigs of iets engs. Een afscheid zorgt namelijk ook voor een spannend en nieuw begin. Inspiratiebron is het prentenboek *De eend, de dood en de tulp van Wolf Erlbruch*. Hierin maakt een eend kennis met de dood. Samen trekken ze een poosje op en raken al doende bevriend. Een moeilijk thema wordt op een ontroerende manier invoelbaar gemaakt voor kinderen.

De twee acteurs (onder wie in elk geval Job Raaijmakers) gaan een fysieke dialoog aan in de stijl van *Aap en beer*. Voor deze voorstelling is bovenop de 7-weekse repetitieperiode een afmonteerweek gecalculeerd om de verschillende disciplines bij elkaar te brengen. Laten we gaan komt tot stand in nauwe samenwerking met componist Wim Conradi en beeldregisseur Bram de Goeij van Story Based Media. De Goeij, die ook het iPad-verhaal voor *Aaipet* maakte, ontwikkelt een videolijn die het hiernamaals laat zien en dus de wereld na het afscheid – het onzichtbare – zichtbaar maakt. Tijdens het maakproces wordt er veel gewerkt met improvisaties. Naast het standaard educatie- en communicatiepakket krijgt deze voorstelling een teaser en een giveaway die de acteurs na afloop van de voorstelling kunnen uitdelen aan het publiek. *Laten we gaan* wordt verkocht in de lijn van *Niet huppelen* en *Klucht*, en daarom verwachten we 50 speelbeurten, in Nederland en België. De tournee wordt begeleid door twee technici.

Maatje meer 10+ (locatieproject, locatie nader te bepalen)

Speelperiode: okt-nov 2018

Concept en regie: Judith Faas, muziek/vormgeving: nader te bepalen

Opmerkingen: een samenwerking met Humanitas

Tijdens de crisis wordt er als eerste bezuinigd op kunst en zorgverlening. Mantelzorg wordt het nieuwe toverwoord, maar hoe realistisch is dit? Hoe vanzelfsprekend is het dat mensen elkaar helpen? Zitten de mensen die hulp nodig hebben te wachten op hulp van een vreemdeling? Hoe vind je een goede match? En hoe zit het met verplichte dankbaarheid? Moet je altijd alle hulp accepteren? *Maatje meer* gaat over verantwoordelijkheidsgevoel. Over de kansen van vrijwilligerswerk, maar ook over de valkuilen. *Maatje Meer* wordt een samenwerking met Humanitas en hun maatjes programma.

Maatje meer krijgt de vorm van een 'mega speeddate', op een nog nader te bepalen grote locatie in Almere. Honderd deelnemers worden gekoppeld aan honderd vrijwilligers of maatjes. Hoe voelt het om afhankelijk van andermans hulp te zijn? Het publiek is dus niet alleen toeschouwer, maar ook

deelnemer. Dit soort theater kan een hoge mate van identificatie teweegbrengen, is onze ervaring. Onderweg krijgt het publiek ook informatie over kwetsbare doelgroepen en het zorgstelsel. Zonder veroordeling, maar met kritische vragen en altijd in de vorm van een theatrale ervaring. Interviews met ervaringsdeskundigen vormen de basis van het script. Deze aanpak vergt veel voorbereiding, vandaar dat er in 2017 reeds een vooronderzoek plaatsvindt. *Maatje meer* wordt gespeeld voor drie doelgroepen: de vrijwilligers van Humanitas, vrij publiek en – bij gebleken geschiktheid – scholieren van de Almeerse leerlijn KIDD. In de marketing zal volop gebruik worden gemaakt van de vorm van de mega speeddate, een aanpak waarop we veel lokale media-aandacht verwachten. Het project wordt zo ontwikkeld dat het hierna in nog drie andere steden kan plaatsvinden. Behalve met partner Humanitas werkt BonteHond voor dit project ook samen met VMCA, organisatie voor vrijwilligerswerk en mantelzorg.

2.4 Beknopt overzicht projecten 2019-2020

2019

Mijn kind kan niks 8+ (middenzaal)

Regie: René Geerlings

Over een betutteld, onderschat kind dat zijn ouders de vloer af speelt

Het juffenballet 6+ (grote zaal)

Regie: René Geerlings

Over wie de juf in haar vrije tijd, buiten het klaslokaal, mogelijk (of misschien wel zeker) is

Opmerkingen: een coproductie met Maastd

Rennen in rondjes 3+ (kleine zaal, bibliotheek, buurthuis, speellokaal)

Regie: René Geerlings

Over 'goed' die 'slecht' wil vangen en de vraag wie wie achtervolgt als je in een cirkel rent

Opmerkingen: in nauwe samenwerking met componist Wim Conradi

Van de daken familievoorstelling (locatieproductie op de daken van winkelcentrum in Almere Stad)

Regie: René Geerlings en Judith Faas

Over prachtig, kunstarm Almere en de kleine stap van serieuze musical naar leuk theater

Opmerkingen: het eerste publiekswerkingsproject van BonteHond dat verkocht gaat worden buiten Almere, aan steden die ook een culturele humuslaag missen

2020

Kunst 12+ (middenzaal)

Regie: René Geerlings

Over een galeriehouder die niks begrijpt van een kunstwerk dat hij in elkaar moet zetten

Whodunnit 6+ (middenzaal)

Regie: René Geerlings en Job Raaijmakers

Over vragen stellen en proberen die zelf te beantwoorden, als een echte detective

De derde jeugdtheaterproductie in 2020 wordt weer een *nieuwe makersproductie*. We laten deze plek bewust open om in te kunnen springen op wat de tijd, de wereld ons biedt. Hetzelfde geldt voor het publiekswerkingsproject van 2020.

Hoofdstuk 3: Plaats in het veld

Artistiek gezien neemt BonteHond een unieke plaats in in het Nederlandse jeugdtheater. De anarchistische attitude, de beeldende, gelaagde taal van Geerlings en het bevragen van het medium theater: het is een combinatie die opvalt. Niet voor niets won BonteHond diverse Zilveren Krekels¹, kregen we een nominatie voor de Zapp Theaterprijs en zijn we herhaaldelijk opgepikt door het digitale themakanaal van Z@ppelin en Zendtijd voor kunstenaars op NPO1. Andere makers zijn of minder ruw, of meer tekstgericht, of veel soberder, zoals geestverwant Jetse Batelaan. Ook is BonteHond het enige Nederlandse jeugdtheatergezelschap dat op structurele basis locatietheater maakt. Typerend voor alle output van BonteHond is dat we overwegend werken met jonge (makende) spelers en jonge makers inzetten voor cultuureducatie- en publiekswerkingsprojecten. Onze geschiedenis als productiehuis verloochent zich niet; talentontwikkeling is deel van ons DNA en wordt in 2017-2020 nadrukkelijk onderdeel van onze artistieke ambities.

Wat betreft publieksbereik is BonteHond eveneens een factor van belang: we spelen landelijk, in theaters en op festivals, en zijn de enige professionele jeugdtheatervoorziening in Flevoland, de jongste provincie van Nederland. Verder is samenwerking onze tweede natuur. Mits goed gekozen, staan samenwerkingen onze autonomie niet in de weg, maar versterken ze ons profiel en onze slagkracht juist. Daarbij is samenwerken inspirerend.

Nieuw in 2017-2020 zijn de coproducties met drie Nederlandse jeugdtheatergezelschappen. Met Maastd verwezenlijkt BonteHond zijn ambitie om een grote zaalproductie te maken (*Het juffenballet*) en met Artemis wordt de reprise gerealiseerd van *Voorstelling waarin hopelijk niks gebeurt*, een productie van Jetse Batelaan. Het zijn samenwerkingen met zielsverwanten; Geerlings begon zijn carrière bij theatergroep Max., nu opgegaan in Maastd, en speelde bij Batelaan. De derde coproductie, *Legend of the larps, part 2*, is met de jonge garde van Toneelschap Beumer & Drost: Maurits van den Berg, Lisa Groothof en Sasha Muller. Zij speelden eerder bij BonteHond en delen Geerlings' anarchisme en veelzijdige exercities rond het thema identiteit. Nog in de pijpleiding zit een samenwerking met een omroep, voor *Studio BonteHond*. In deze eclectische tv-serie, idealiter voor VPRO of Zapp, spelen personages uit onze voorstellingen de hoofdrol. Zo rekken we de grenzen van theater en televisie op en maken we bekende Nederlanders van onze acteurs. Een win-winsituatie, want voor BN-ers gaan Nederlanders wél massaal naar het theater.

Mogelijke samenwerkingspartners voor de toekomst ten slotte zijn DOX, met wie we in 2016 voor het eerst een publiekswerkingsproject vormgeven, en Abattoir Fermé en Tuning People. BonteHond voelt zich zeer verwant met de beeldtaal en brutaliteit van deze Vlaamse gezelschappen. Het zou een mooi inhoudelijk vervolg zijn op de jarenlange relatie met Laika, een erfenis van Noël Fischer.

In Flevoland bouwen we onze relatie met de omgeving en het publiek op diverse manieren uit. Samen met Corrosia Theater, Expo & Film en Stichting 2 Turven Hoog realiseren we *Kroost*, een kinderkunstprogramma in de schoolvakanties. Voor de publiekswerkingsprojecten sparren we met sociaal-maatschappelijke instellingen als Learn to Work, Humanitas en Leger des Heils. Cultuurmakelaar Collage Almere, het provinciale expertisecentrum cultuureducatie Fleck en de regionale Centra Kunstzinnige Vorming in Lelystad, Emmeloord en Dronten zijn van groot belang voor het bereiken van scholen. Voor de leerlijn KIDD werkt BonteHond nauw samen met Schouwburg Almere, Corrosia, de Gemeentelijke Dienst Archeologie en de Almeerse Scholen Groep. De regionale variant, *De Culturele Haven*, wordt gedragen door het vierspan BonteHond, Kubus Lelystad, Museum Nieuwland en Kunstlinie Almere Flevoland (KAF), onder leiding van Fleck.

¹ Voor *Zebra Zebra* (coproductie NTjong), *Niet huppelen!* (coproductie STIP, Raaijmakers & Geerlings) en *Aaipet*.

Hoofdstuk 4: Ondernemerschap

Bij BonteHond gaan artistiek en zakelijk organisch samen. Zonder publiek en zonder eigen inkomsten geen draagvlak, zonder draagvlak geen BonteHond. Van deze logica zijn we ons altijd sterk bewust geweest: toen we tien jaar geleden kozen voor Almere en Flevoland wisten we vanaf dag één dat kunst de harten van mensen moet veroveren en dat ons bestaan geen gegeven feit is.

Publieksbenadering en ondernemerschap zijn daarom belangrijke pijlers binnen BonteHond, die constant in ontwikkeling blijven.

4.1 Financiering en bedrijfsvoering

Financiering

BonteHond heeft een hoge eigen inkomstennorm. Die halen we uit de verkoop van voorstellingen en additionele financiering door particuliere fondsen. De eigen inkomsten zijn flink gestegen dankzij twee doorlopende leerlijnen die BonteHond in het kader van de regeling *Cultuureducatie met kwaliteit* van het Fonds voor Cultuurparticipatie initieerde: voor Flevolandse basisscholen de leerlijn *De Culturele Haven* en voor Almeerse basisscholen *Kunst is dichterbij dan je denkt* (KIDD), beide voor groep 1 t/m 8. Vanaf 2015 is KIDD+ in ontwikkeling, voor de eerste twee jaren van het vmbo-onderwijs. Jaarlijks zetten we in deze kaders zoveel voorstellingen af (71 in 2015) dat daarmee de basis van onze verkoop is gegarandeerd. Gezien de interesse van diverse maatschappelijke partijen (o.a. KNVB, Bureau Gelijke Behandeling Flevoland) en particuliere fondsen is het niet ondenkbaar dat ook de publiekswerkingsprojecten een vlucht gaan nemen. BonteHond heeft vruchtbare relaties met Lira Fonds, Stichting DOEN, VSBfondsen, SNS Reaal Fonds / Fonds 21 en Haëlla Stichting. Met enkele daarvan zijn gesprekken gaande om hun bijdrage meerjarig te maken.

In het verleden hebben lokale bedrijven soms bijgedragen, maar sponsoring levert te weinig op voor de inspanning die ze kost. Voor grote bedrijven blijken we niet interessant: het publieksbereik van jeugdtheater is klein en ons product ook nog eens weinig mainstream. De maatschappelijke samenwerkingspartners zijn inhoudelijk en publicitair van waarde, maar niet financieel: deze organisaties werken zelf vaak met kleine budgetten.

Subsidie verwacht BonteHond de komende Kunstenplanperiode wederom van Gemeente Almere, Provincie Flevoland en Fonds voor Cultuurparticipatie (KIDD).

Risicostrategie

Vanaf 2014 kent BonteHond een opvallende groei in het aantal voorstellingen (+45%) en dus ook bezoekers: van respectievelijk 148 en 15.438 in 2013, naar 269 en 24.447 in 2014. Deze stijging houden we min of meer vast voor 2015: 293 en 22.846.

De succesformule van BonteHond is een samenspel van factoren:

- *Afzetstrategieën*: we hebben gegarandeerde afzet gecreëerd via de doorlopende leerlijnen en winnen nieuw publiek via de publiekswerkingsprojecten.
- *Reprises*: we spelen geslaagde voorstellingen door, soms meerdere seizoenen.
- *Aanbod*: er is veel vraag naar onze kwalitatieve peuter- en kleutervoorstellingen (*Harig hondje, Aaipet*).
- *Uitkooprijzen*: door onze voorstellingen aan te bieden tegen een van de laagste uitkooprijzen van het circuit komt BonteHond tegemoet aan het verzoek van theaters om te delen in het risico inherent aan kwaliteitsprogrammering.

- *Herkenbaarheid*: 'onze' Geerlings en Raaijmakers zijn een geliefd makersduo bij programmeurs.

In de periode 2017-2020 gaan we met deze strategie door. De begroting is gebaseerd op drie nieuwe producties van 100 voorstellingen (theaters en scholen). Door het programmeren van deze voorstellingen in de leerlijnen is een afzet van plusminus 71 (in 2015) schoolvoorstellingen gegarandeerd. Aangevuld met 50 succesvolle reprisevoorstellingen (ook goed voor scholen en programmeurs die een voorstelling niet boeken zonder haar eerst te hebben gezien, een trend) en de volle speellijst van 50 kleutervoorstellingen, is de raming van 200 voorstellingen zeer haalbaar. Hiermee kunnen we eventuele tegenvallende resultaten in de vrije verkoop opvangen. Voor de publiekswerking werd een succesvol fondsenwerkprogramma gestart. Gemiddeld over drie jaar leverde dat jaarlijks €84.385,- op. Voor de komende periode wordt aan de deelnemende fondsen gevraagd of zij de publiekswerkingsprojecten meerjarig willen ondersteunen. Stichting DOEN heeft hierop al positief gereageerd. Om met tegenvallende resultaten rekening te houden, gaan we uit van een minimale begroting met een bedrag van €25.000,- aan fondsenwerving. Zo gaat het project gegarandeerd door en dient de fondsenwerving als verrijking.

Bedrijfsvoering

BonteHond wil in zijn personeelsbeleid zekerheid en flexibiliteit combineren. De werknemers die zorgdragen voor de achterkant van het theaterbedrijf (directie, zakelijke coördinatie, marketing, educatie en productie) bieden we vaste of langdurige contracten. Zo creëren we een herkenbaar en betrouwbaar bedrijf dat in staat is langdurige relaties op- en uit te bouwen met klanten en afnemers. Het artistieke team van acteurs, technici en vormgevers wordt voor de duur van een productie aangenomen. Dit kan met een kortlopend contract of op freelance basis. Voor alle contracten volgen we de cao Theater. Jaarlijks voeren we functioneringsgesprekken en bieden we op verzoek coaching aan.

Wat efficiëntie en kostenbesparing betreft streeft BonteHond ernaar om de overheadkosten zo laag mogelijk te houden. Onze kantoorkosten zijn laag door de vestiging in culturele broedplaats De Voetnoot. Hier delen we repetitieruimten en kostuumopslag (en soms ook voorstellingsmaterialen) met theatergroep Suburbia. Samen met Vis-a-Vis lanceren we gedrieën de marketingcampagne *Een zomer vol theater* om bezoekers naar Flevoland te trekken. De afdelingen educatie en marketing van BonteHond werken nauw samen om ontwikkelde middelen voor meerdere doeleinden inzetbaar te maken (een educatiefilmpjes als teaser voor een website van een schouwburg, etc.).

BonteHond voldoet al jaren aan de gouvernance code cultuur en de code culturele diversiteit. Geerlings werkt nagenoeg in alle producties met acteurs van verschillende culturele achtergronden. Kwaliteit blijft natuurlijk altijd het selectie criterium. Om de zeer cultureel diverse bevolking van Almere te bereiken, spant BonteHond zich bijzonder in voor het spelen op scholen (2014: 52% van de voorstellingen). Daarnaast zet BonteHond zich in om alle lagen van de bevolking te bereiken. Zo wordt de achterban van de maatschappelijke partners in de publiekswerkingsprojecten uitgenodigd bij de voorstellingen. In het personeelsbeleid willen we een afspiegeling zijn van de Flevolandse bevolking en werven actief onder Flevolandse opleidingen voor stageplekken.

4.2 Publieksbenadering

Hoewel BonteHond in de huidige Kunstenplanperiode geen BIS-gezelschap is, hebben wij wel veel werk gemaakt van educatie. In Almere is educatie essentieel om publiek te werven en te binden. Andere belangrijke instrumenten bij het vinden en binden van publiek zijn het aanbod, publiekswerk, en promotie en relatiebeheer. Her verkoopplan van BonteHond voor 2017-2020 gaat uit van groei.

Aanbod

Een continu aanbod vormt het fundament van onze publieksbenadering. BonteHond maakt theater voor de drietrapsraket 1. peuters (zeer gewild!) en kleuters, 2. onderbouw primair onderwijs en 3. bovenbouw primair onderwijs en de eerste twee klassen van het voortgezet onderwijs. Dat is artistiek-inhoudelijk interessant, maar ook marketingtechnisch. Een kind kan zo opgroeien met BonteHond en BonteHond kan altijd voldoen aan de vraag van de klant – theaters, scholen, festivals, regionale steunpunten – en die langdurig aan zich binden. Daarbij zorgt Geerlings ervoor dat zijn werk zo gelaagd is dat ook volwassenen ervan kunnen genieten. Want kinderen zijn nooit onze enige bezoekers: er zitten altijd ook ouders, docenten en programmeurs in de zaal. De ‘meegroeiaanpak’ is effectief gebleken en wordt gecontinueerd.

Educatie en publiekswerk

Bij alle voorstellingen levert BonteHond een standaard educatiepakket met een gratis lesbrief, een gratis filmpje en een apart af te nemen ouder-kindworkshop, maar desgewenst ook educatie op maat. De lokale aanpak – komt het Almeerse publiek niet naar ons, dan komen wij naar hen – is intensiever en gericht op de lange termijn. Sinds 2013 brengen we publiekswerkingsprojecten, organiseren we bij voorstellingen ateliers (workshops waarin kinderen en jongeren op een laagdrempelige manier kennismaken met kunst/theater en toewerken naar een bescheiden artistieke product) en verzorgen we cultuureducatie. In de periode 2013-2015 bezochten 4.157 mensen onze publiekswerkingsprojecten en ateliers en bereikten we met de leerlijnen KIDD, KIDD+ en *De Culturele Haven* 14.607 leerlingen. Op dit moment participeren twaalf. Het streven is dit aantal de komende Kunstenplanperiode te laten groeien naar dertig en uit te breiden met meerdere onderwijsniveaus in het voortgezet onderwijs. Ook is het nog een uitdaging om publiek van de publiekswerkingsprojecten naar producties van BonteHond in het theater te krijgen. Reguliere bezoekers komen wel naar de projecten op locatie, maar andersom mondjesmaat. Hier moet een promotionele strategie op worden ontwikkeld, met daarin mogelijk meer plek voor inhoudelijke blogs zoals de succesvolle blog *OntmoetBonteHond* bij *Geen I.D.*. Pluspunt is dat de publiekswerkingsprojecten veel media-aandacht trekken.

Promotie en relatiebeheer

Belangrijk voor publieksbinding zijn tot slot ook promotie en het relatiebeheer met onze afnemers. De reguliere communicatiemiddelen van BonteHond (van website tot affiches) profiteren sinds vorig jaar van een nieuwe huisstijl. Met een keur aan (blaffende) honden in fluorkleuren als beeldmerk is deze even brutaal, hedendaags en transparant als ons theater. Op social media (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest) wordt BonteHond goed gevolgd en geliked, maar de resultaten kunnen beter: meer bereik en meer interactie. Daartoe wordt in de nieuwe Kunstenplanperiode een strategisch social mediaplan gemaakt. In de marketing is het van groot belang een onderscheidend product te kunnen aanbieden. Dat hebben we. Maar om die artistieke eigenheid ook daadwerkelijk te kunnen verkopen, is een uitgekiend inhoudelijk en bezielde relatiebeheer met onze afnemers nodig. De relaties met scholen is al ondergebracht bij medewerkers van het gezelschap en vanaf 2017 neemt BonteHond ook de verkoop aan theaters in eigen hand. Het verkoopcontract met STIP Theaterproducties, dat bijna alle gesubsidieerde jeugdtheatergroepen vertegenwoordigt en daarom te veel direct concurrerend aanbod vertegenwoordigt, zetten we stop. Jaarlijks nodigen we theaters uit voor een BonteHond-gezelschapsdag in Almere en brengen we een persoonlijk bezoek aan de focus theaters om het nieuwe seizoenaanbod te presenteren en per voorstelling afspraken te maken over promotie en taakverdeling.

Verkoopplan

Ons verkoopplan is over de gehele linie gericht op groei. De afzetmarkt van BonteHond bestaat uit vier segmenten: scholen, theaters, festivals en internationaal. Aan 12 KIDD-scholen en 15 *De Culturele Haven*-scholen verkocht BonteHond in 2015 in totaal al 71 voorstellingen. De verkoop aan scholen in Almere gaat via Collage Almere en in Flevoland via de steunpunten de Cultuurmakelaar van Zeewolde, Kubus Lelystad, De Meerpaal Dronten, Muzisch Centrum Noordoostpolder en FlevoMeer Bibliotheek Urk. Dat is lastig soms: ze bevelen ook andere jeugdtheatergroepen aan. Over vier jaar willen 30 scholen hebben bereikt, waarvan 20 het volledige programma afnemen.

Wat betreft de vrije verkoop richt BonteHond zich landelijk op zo'n twintig focustheaters, inclusief enkele in België, en op zomerfestivals. De focustheaters zijn tien trouwe volgers, die BonteHond veel en vaak boeken, en tien liefhebbers, die ons af en toe boeken. Het streven is dat de liefhebbers over vier jaar trouwe volgers zijn en dat we tien nieuwe volgers kunnen noteren. Dat aantal houden we bewust bescheiden: we investeren liever in het uitbouwen van goede relaties met een kleiner aantal theaters dan dat we met hagel schieten op een grote groep. De theaters in Flevoland zijn een verhaal apart. BonteHond staat regelmatig in kunstencentrum Corrosia, maar in Emmeloord, Dronten en Lelystad spelen we eigenlijk alleen als de regionale steunpunten ons boeken als schoolvoorstelling. Sommige delen van Flevoland zijn zeer religieus en daar is men huiverig voor het openhartige, fysieke theater van BonteHond. Ons serieuze educatie-aanbod is hier daarom nog meer dan elders noodzakelijk om voorstellingen te kunnen verkopen. De festivals worden steeds belangrijker voor theatergroepen omdat hier altijd in serie wordt gespeeld. BonteHond staat lokaal bij Kroost, Gestrand en 2 Turven Hoog, regionaal bij Passie in de polder en landelijk bij Boulevard, Over Het IJ Festival, De Parade (2016) en Stortemelk. Met Boulevard, Lowlands, Oerol en Over Het IJ zijn we in gesprek over een afnamegarantie.

Internationaal wil BonteHond de komende jaren ook een slag slaan. We spelen al regelmatig in België (volgend seizoen o.a. 38 voorstellingen van *Aaipet*), maar we willen verder. Allereerst naar Duitsland en Engeland. Daar heeft Geerlings veel succes gehad met *Gezocht: konijn*, een productie destijds van Max.. We richten ons in eerste instantie op festivals omdat daar meestal veel professionals uit de hele wereld komen. Het streven is om er jaarlijks minimaal één internationale speelplek bij te krijgen. De favorieten zijn: Chicago Humanities Festival, Imagine Childrens Festival (Edinburgh), festival The Spark (Leicester), Salisbury International Arts Festival, Theaterfestival Schaxpir (Linz, Oostenrijk) en Theaterwerkstatt Hannover en festival Theater Centrum (Kopenhagen), gevolgd door de theater Rotondes (Luxemburg) en Theatre Direct (Toronto). Vanuit Londen, India, Italië, Borneo en Qatar is al interesse getoond in *Aaipet*. Ook is BonteHond gevraagd een publiekswerkingsproject in Wenen te ontwikkelen.

Hoofdstuk 5: Spreiding

BonteHond is geboren en getogen in Almere en blijft er ook wonen, net als de eerste generatie geboren en getogen Almeerders, dertigers nu, die hun geluk niet elders zoeken, maar settelen in hun geboortestad. Als enige jeugdtheatervoorziening in Flevoland draagt BonteHond bij aan een evenwichtige spreiding van het jeugdtheateraanbod in Nederland.

Wat spreiding betreft heeft BonteHond een breed karakter en een brede doelstelling:

- *Nederland/Vlaanderen* – BonteHond speelt in theaters en op festivals. Er zijn op dit moment tien 'trouwe volgers': De Vest, De Krakeling, De Meervaart, De Toneelschuur, Rotterdamse Schouwburg, Schouwburg Utrecht, Theater a/h Spui, Bronks (Brussel), Cultuurcentrum

Hasselt en De Velinx (Tongeren). De 'liefhebbers' zijn: Bijlmerparktheater, Cool, De Harmonie, De Lawei, De Lieve Vrouw, De Meerse, Grand Theatre, Ins Blau, Schouwburg Arnhem, Schouwburg Tilburg, Theater aan de Slinger en Verkadefabriek.

- *Almere/Flevoland* – BonteHond speelt veel op scholen en op locatie. Dit om ons bereik duurzaam te vergroten en uiteindelijk te differentiëren: op meer plaatsen en meer in theaters. Dit vergt extra inspanningen en een lange adem. Want publiek voor kunst is in het jonge Almere en Flevoland nog echt in ontwikkeling, de kunsttraditie is zeer pril. (Dat de oude schouwburg heeft plaatsgemaakt voor de Primark is symbolisch te noemen.) Bovendien heeft Almere relatief veel laag opgeleide ouders en armoede, twee factoren die theaterbezoek in de weg staan. Hoopgevend is dat de bezoekerijfers voor BonteHond in Flevoland en Almere in tien jaar tijd flink zijn gestegen, van 280 in 2005 naar 3.014 in 2015.
- *Internationaal* – BonteHond speelt al regelmatig in Vlaanderen, maar wil zich de komende jaren ook in andere landen presenteren, te beginnen met Duitsland en Engeland (zie Hoofdstuk 4).

Hoofdstuk 6: Talentontwikkeling

Talentontwikkeling is binnen BonteHond een sterk ontwikkelde beleidslijn. Tot 2013 waren we een productiehuis. Daarna, toen die infrastructuur werd afgeschaft, zijn we jonge spelers blijven engageren voor reguliere voorstellingen en jonge makers voor de publiekswerkingsprogramma's en de leerlijnen cultuureducatie. Ook zijn Annelies Appelhof en Karlijn Sonderen onlangs in huis gehaald via de regeling Nieuwe Makers van het Fonds Podiumkunsten. Talentontwikkeling is wederzijds inspirerend, maar in ons streven naar meer autonomie willen we af van een 'academieachtige' constructie als de Nieuwe Makers-regeling: BonteHond is geen opleidingsinstituut en binnen ons al ruime aanbod is er voor kleine proeves van nog onbekende mensen geen publiek. Onze visie is dat jonge makers kilometers moeten maken en in de (juiste) markt moeten worden gezet. Daarom willen wij talenten kansen blijven geven, maar alleen als volwaardig onderdeel van ons aanbod en met gedegen artistieke begeleiding. Dan is zo'n productie ook verkoopbaar en bewaak je tegelijkertijd de kwaliteit waarvoor BonteHond staat. De komende vier jaar gaan we drie dingen doen: een nieuw jeugdtheatergezelschap lanceren en twee producties van jonge makers produceren onder de vlag van BonteHond.

Nieuw jeugdtheatergezelschap

In 2017 zijn Annelies Appelhof en Karlijn Sonderen, die samen Het Kantoor vormen, klaar met hun proeves in het kader van de Nieuwe Makersregeling. BonteHond vindt dat ze dan nog één slag moeten maken voor ze vertrekken. Met onze feedback en ons coproductielogo gaan ze hun eigen productiestructuur opzetten – inclusief bedrijfsplan, website en huisstijl – én een middenzaalproductie maken en verkopen. Alle kennis die ze de afgelopen tijd bij BonteHond hebben opgedaan, zowel artistiek als zakelijk, moet nu samenkomen en te gelde worden gemaakt.

Met de lancering van Het Kantoor slaan we een stevige brug tussen talentontwikkeling en het werkveld en sluiten we een langer lopend traject goed af. In 2013 won Het Kantoor de Jeugdtheaterpitch en in 2014 maakten Appelhof en Sonderen met het prijzengeld daarvan bij BonteHond hun eerste productie, *Echt/Nep!*. De artistieke signatuur van het tweetal is eigenzinnig. Ze maken theater voor kinderen, gestoeld op filosofie en filosoferen, in de vorm van 'lecture performances', waarbij contact met en erkenning van het publiek vanzelfsprekend is. Zo was *Echt/Nep!* het zogenaamde nawoord bij een voorstelling die om technische redenen niet kan aanvangen. Met welke productie ze Het Kantoor professioneel in de markt gaan zetten in 2017, is nog niet bepaald. Er liggen diverse ideeën ter tafel, waaronder voor 9+ een soort cabaretconference

over tijd of een mislukte benefietavond over zin geven en zin maken, en voor 3+ een beeldende voorstelling over taal, logica en onze behoefte aan vat op de dingen. In de loop van 2016 wordt de definitieve keuze gemaakt, een keuze die overigens volledig aan Het Kantoor is. Zolang er maar een gedegen en kansrijk bedrijfsplan bij wordt gemaakt, vindt BonteHond alles goed.

Jonge makers

De komende vier jaar maakt BonteHond in zijn reguliere aanbod twee volwaardige plekken vrij voor nieuwe jonge makers. De eerste in 2017, voor het duo Floyd Koster en Henke Tuinstra, spelers bij BonteHond en winnaars van de Jeugdtheaterpitch 2015, en de tweede in 2020. De invulling daarvan bepalen we later om op de actualiteit te kunnen inspringen. (Mogelijk werken we tegen die tijd samen met het productiehuis van STIP, daarover zijn we al in overleg.) De talenten creëren naar eigen inzicht en zonder uitputtende leerdoelenformuleringen of resultatenverslaggeving. Eigenlijk is de belangrijkste leidraad dat wat Serge Diaghilev tegen zijn jonge choreografen zei: 'Étonne moi!'. Hoewel de producties onderdeel van de reguliere output van BonteHond zijn, investeren we wel extra in het maakproces en, conform onze missie, het afzetten van de jonge makers. Naast Geerlings wordt aan elke productie een dramaturg gekoppeld. En los van het feit dat de makers zakelijk mogen meekijken met BonteHond om ideeën voor cultureel ondernemerschap op te doen, krijgt ze een op maat gemaakt marketingpakket rond hun productie waarmee ze zich gedegen kunnen profileren bij producenten en programmeurs. Want ze moeten door! Als podia zien wat voor moois Koster en Tuinstra bij BonteHond hebben gemaakt, is een volgende uitnodiging wellicht snel op zak. Dat is talentontwikkeling op haar best. (De beschrijving van de productie van Koster en Tuinstra staat in Hoofdstuk 3.)

Hoofdstuk 7: Toelichting op de begroting en kengetallen

Publieksinkomsten en kengetallen

De publieksinkomsten zijn behoudend ingeschat en gaan uit van de behaalde resultaten van afgelopen 3 jaren (en niet van het zeer productieve jaar 2015). Uitgangspunten: 85 middenzaal-, 15 kleine zaal-, 50 peuter- en 50 hernemingvoorstellingen, totaal 200 voorstellingen.

Voor de komende jaren verwachten we groei door uitbreiden van speelbeurten op scholen via KIDD (verwachting groei: 30 KIDDscholen, waarvan 20 scholen volledige programma: lessen + voorstellingen volgen):

	20 extra schoolvoorstellingen
Nieuwe theaters:	10 voorstellingen
Nieuwe internationale speelplekken:	<u>4 voorstellingen</u>
Totaal groei:	34 voorstellingen

De te verwachte groei is dan $200 + 34 = 234$ voorstellingen met 21.060 bezoekers. In deze begroting gaan we uit van gemiddeld 220 voorstellingen met 19.625 bezoekers.

De uitkoopsommen zijn bewust laag: middenzaal € 1100,- kleinezaal € 750,-.

Overige inkomsten:

I. de leerlingen- en scholenbijdrage KIDD 2015 bedragen € 26.682,- (3.461 leerlingen samen € 20.682,-, 12 scholen samen € 6000,-). In 2020 gaan we uit van 30 scholen met 7000 leerlingen.

Leerlingenbijdrage $7000 \times € 7,50 = € 52.500,-$. In de begroting gaan we uit van € 50.250,-

II. De uitleen medewerkers aan project Culturele Haven: € 23.000,-; uitleen artistiek leider als acteur: € 17.000,-, samen € 40.000,-

III. verkoop van educatieve activiteiten aan scholen: € 10.000,-

Particuliere fondsen

In deze begroting: voorzichtigheidshalve € 25.000,-. (gemiddeld resultaat afgelopen jaren: €80.000,-)

Structurele Publieke subsidies

Zowel Gemeente Almere €220.000,- als Provincie Flevoland € 110.000,- staan positief tegenover continuering subsidie. Voor KIDD hebben zowel Fonds voor de Cultuurparticipatie als Gemeente Almere aangegeven de subsidie te continueren à € 150.000,-

Inkomstennorm:

Aangezien de bedragen vanuit subsidies door het project KIDD relatief hoog zijn tov de totale baten, doet BonteHond een beroep op de **Andereinkomstennorm**. Deze is ruim 62%. De eigeninkomstennorm is (inclusief !)deze subsidiebijdragen ruim21%.

LASTEN

BonteHond volgt cao-theater. Met freelancers wordt een honorarium afgesproken

Beheerslasten personeel betreft loonkosten van zakelijkeiding 0,8 fte, zakelijke coördinatie 1 fte, organisatiesecretaresse 0,6 fte en schoonmaak € 5.000,- .

Beheerslasten materieel betreft huur, bureaunkosten. Algemene publiciteit en verkoop € 24.000,-.

Activiteitenlasten personeel voorbereiding: loonkosten artistiek leider, 0,8 fte, publiciteit 0,6 fte, educatie 0,4 fte, productleider 0,8 fte, publiekswerker 0,4 fte. Nieuw: verkoop 1 ft. Het artistieke team van decor-, kostuum- en muziekontwerp ontvangt een gemiddeld honorarium van € 6000,-.

Activiteitenlasten personeel uitvoering

Om werkdruk te verminderen: een tweede productieleider voor hernemingen: 0,6 fte. Per productie worden er 3-5 acteurs ingezet (6 weken repeteren en 3 maanden spelen). De acteurs worden voor de gehele periode in dienst genomen.

Activiteitenlasten materieel

Marketingbudget per productie € 7000,-; educatie € 6000,-. Budget per kostuum: €500,-; decorkosten € 10.000,- .

Kosten talentontwikkeling

Voor de lancering van het nieuwe gezelschap Het Kantoor van Appelhof en Sonderen is er jaarlijks een bedrag van € 97.000,- gereserveerd. Samen met BonteHond stellen zij een begroting op om een middenzaalproductie te produceren en in de markt te zetten en de eigen organisatie hieromheen.

Concept begroting:

Productiebudget middenzaal Het Kantoor:	200.000
Decor, kostuum, muziek, acteurs	
Verkoop:	10.000
Marketing	13.000
Website:	25.000
Honoraria Appelhof en Sonderen	
4 x 30.000	120.000
Begeleiding	<u>20.000</u>
Totaal:	388.000