



De opkomst van de Creatieve Schouwburg

Een onderzoek naar de bruikbaarheid van het concept *Creative Community* als artistieke strategie ten behoeve van het financiële beleid van de vier Randstedelijke Schouwburgen

Eline J. Habraken

Studentnummer: 3212289

MA Thesis Theatre Studies

Universiteit Utrecht

Begeleidster: Dr. Sigrid Merx

Tweede lezer: Liesbeth Groot Nibbelink

Augustus 2013

Voorwoord

Bijna honderdvijftig pagina's aan noeste arbeid liggen voor u; mij rest echter niets anders meer dan het neerschrijven van de credits.

Allereerst wil ik Sigrid Merx bedanken voor haar uitvoerige feedback en kritische, maar te allen tijde inspirerende, begeleiding. Ik had mij geen behulpzamere en professionelere begeleiding kunnen wensen. Tevens gaat mijn hartelijke dank uit aan Liesbeth Groot Nibbelink, de tweede lezer van deze scriptie.

Daarnaast wil ik graag Ellen Walraven, Dianne Zuidema, Walther van den Heuvel, Steven Peters en Hedwig Verhoeven bedanken voor alle tijd, moeite, inspiratie en enthousiasme die zij geleverd hebben ten behoeve van mijn afstudeerthesis. De manier waarop ik welkom ben geheten in de vier Randstedelijke Schouwburgen staat naar mijn idee symbool voor de manier waarop zij hun theater willen opstellen voor de rest van de wereld.

De daadwerkelijke werkuren in het CIM werden draaglijk dankzij de altijd enthousiasmerende aanwezigheid van Daniel Steneker, Maartje Kloeg en Fabian Pikula; de twee laatstgenoemden nogmaals succes gewenst met de allerlaatste loodjes! Lieve Paula Doop, Carlijn Bosch, Evelien van de Sanden en Giselle Habraken: bedankt voor alle leuke afleiding buiten mijn scriptie-uren om en voor het luisterende oor dat jullie mij boden wanneer dat nodig was. Speciale dank gaat uit naar de immer behulpzame en tevens sceptische Steffen van Zundert; zijn kritische kanttekeningen hebben mij geholpen om ook tegen het einde van het proces kritisch en scherp te blijven.

Het eindresultaat - hetgeen voor u ligt en hopelijk met veel plezier en interesse wordt gelezen - draag ik op aan Rob en Irene Habraken, mijn ouders. Er is niemand die mij zo geholpen en bijgestaan heeft dan zij; deze scriptie is tevens het resultaat van hun onophoudelijke steun.



Eline Habraken.

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING - RANDSTEDELIJKE SCHOUWBURG ALS VERANDEREND INSTITUUT	5
1.1	De grote veranderingen in het Nederlandse theaterlandschap	5
1.2	Hypothese	6
1.3	Het nieuwe leven en werken	9
1.4	Een introductie: het theater als ontmoetingsplek	10
1.5	Een introductie: de Randstedelijke Schouwburg als <i>Creative Community</i>	14
1.6	Wetenschappelijke & maatschappelijke relevantie	16
1.7	Theoretisch kader, argumentatiestructuur & inhoudsindeling	17
1.8	Methode van onderzoek	22
2.	DE RANDSTEDELIJKE SCHOUWBURG ALS <i>PUBLIC SPACE</i>	23
2.1	Inleiding	23
2.2	De Randstedelijke Schouwburg als (ontmoetings)plek	23
2.3	Dramaturgie & <i>Public Space</i>	25
2.4	De maakbaarheid van de Randstedelijke Schouwburg	29
2.4.1	<i>De Randstedelijke Schouwburg als 'battleground'</i>	31
2.4.2	<i>De Randstedelijke Schouwburg als 'playground'</i>	33
2.5	De geschiedenis van de Randstedelijke Schouwburg als <i>Public Space</i>	35
2.5.1	<i>Theaters in Nederland sinds de zeventiende eeuw</i>	36
2.5.2	<i>De positie van de Randstedelijke Schouwburgen in de negentiende eeuw</i>	37
2.5.3	<i>De positie van de Randstedelijke Schouwburgen in de twintigste eeuw</i>	39
2.6	Van ontmoetingsplek naar <i>Creative Community</i>	42
3.	DE RANDSTEDELIJKE SCHOUWBURG ALS <i>CREATIVE COMMUNITY</i>	44
3.1	Inleiding	44
3.2	De <i>Creative Class</i> ; economische motor binnen en buiten de Randstedelijke Schouwburg	45
3.3	De <i>Creative Community</i> ; Het belang van plaats	48
3.4	De 3T's: <i>Technology</i> , <i>Talent</i> en <i>Tolerance</i>	51
3.5	De Randstedelijke Schouwburg als <i>Creative Community</i>	55
4.	HET KAPITAAL VAN DE RANDSTEDELIJKE SCHOUWBURG	56
4.1	Inleiding	56
4.2	Symbolisch, cultureel en economisch <i>kapitaal</i>	57
4.3	Het <i>historisch kapitaal</i> van de Randstedelijke Schouwburgen	62
4.4	<i>Human capital</i> en <i>creative capital</i>	65
4.5	Van theorie naar praktijk	66
5.	CASESTUDIES	67
5.1	Inleiding	67
5.2	<i>Technology</i>	67
5.3	<i>Talent</i>	71
5.4	<i>Tolerance</i>	74
5.5	Ranking de Randstedelijke Schouwburgen	79
5.6	Van economische crisis naar economische groei?	82
6.	TOT SLOT	86
6.1	Conclusie	86
6.2	Besluit	87

7.	BIBLIOGRAFIE	90
8.	BELEIDSNOTA'S	92
9.	GERAADPLEEGDE INTERNETPAGINA'S	93
10.	BIJLAGEN	95
10.1	Beeldmateriaal Rotterdamse Schouwburg	95
10.2	Beeldmateriaal Stadsschouwburg Amsterdam	96
10.3	Beeldmateriaal Koninklijke Schouwburg Den Haag	97
10.4	Beeldmateriaal Stadsschouwburg Utrecht	98
10.5	Interview adjunct directeur Stadsschouwburg Amsterdam	99
10.6	Interview directeur Rotterdamse Schouwburg	108
10.7	Interview hoofdprogrammeur Rotterdamse Schouwburg	116
10.8	Interview hoofdprogrammeur Stadsschouwburg Utrecht	124
10.9	Interview zakelijk directeur Koninklijke Schouwburg Den Haag	132

1. Inleiding - Randstedelijke Schouwburg als veranderend instituut

1.1 De grote veranderingen in het Nederlandse theaterlandschap

Het Nederlandse theaterlandschap is sinds de huidige bezuinigingen aan grote veranderingen onderhevig. In totaal zal er in de komende vier jaar 125 miljoen euro bezuinigd moeten worden in de gehele culturele sector in Nederland, meer dan een kwart van het bestaande budget uit 2012. De vier grote steden in de Randstad – Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht – leveren zelfs 31 procent van hun subsidiegelden in met ingang van 2013.¹ De bezuinigingen zullen de komende jaren ingrijpende veranderingen teweegbrengen, waarmee op dit moment al door vele instellingen rekening gehouden moet worden. Daarnaast geven Nederlandse particulieren en bedrijven als gevolg van de economische crisis minder geld aan goede doelen. Uit het tweejaarlijkse onderzoek *Geven in Nederland* blijkt dat vooral de cultuursector hierdoor hard wordt getroffen.² De angst bij velen is dat het culturele aanbod aanzienlijk zal verschromelen, toegangsprijzen omhoog zullen gaan, werknemers en zzp'ers hun baan niet zeker zijn en dat daarnaast ook de ontwikkeling en ontdekking van toptalent, innovatie en experiment op de tocht komen te staan.³ Cultureel ondernemerschap wordt vanwege deze maatregelen steeds belangrijker, dit jaar al zullen alle instellingen 17,5 procent van hun inkomsten zelf moeten genereren uit andere bronnen dan overheids subsidie. Dit percentage zal de komende jaren met 1% per jaar blijven groeien. Van podiumkunsteninstellingen wordt zelfs meer verwacht; vanaf dit jaar geldt voor hen een percentage van 21,5 procent. Daarnaast is het vergroten van het betalend publiek een belangrijk criterium, net als het doel om meerdere en andere doelgroepen te trekken. Tevens blijft, ondanks de kaalslag, experiment, innovatie en kwaliteit van de voorstellingen hoog op de overheidsagenda staan.⁴ Deze financiële aderlating brengt logischerwijs veranderende doelstellingen in beleid en bedrijfsvoering van zowel overheidsbestel als de verschillende culturele instellingen met zich mee. De theaterwereld ziet vanwege deze beleidsveranderingen haar waarde steeds meer afhankelijk worden van wat het oplevert in klinkende munt. Dit heeft iets wrangs, aangezien het theater haar waarde niet slechts kan ontleenen aan haar financiële situatie. De artistieke waarde van het theater als kunstvorm en de schouwburg of theater als *platform* waar deze kunst vertoond kan worden is nog altijd van levensbelang. Ook volgens econoom Arnold Heertje is het lastig om de waarde van theatergezelschappen en theaters enkel uit te drukken in financiële winsten, aangezien de artistieke

¹ Harmen Bockma, "Kunst in regio krijgt grootste klappen," *De Volkskrant*, 2 augustus, 2012.

² Cultuurreactie, "Daling giften treft vooral cultuursector," *NRC Handelsblad*, 25 april, 2013.

³ <http://www.cultuur.nl/70/20/adviezen/advies-bezuiniging-cultuur-2013-2016.aspx>, geraadpleegd op 5 februari 2013.

⁴ *Ibidem*, geraadpleegd op 5 februari 2013.

waarde niet-reproduceerbaar is en daarom niet in marktwaarde is uit te drukken.⁵ Het is dan ook van belang dat het Nederlandse theaterveld de komende tijd een balans zal gaan vinden tussen het hoog houden van de artistieke kwaliteit van hun creatieve 'product' en het ontstaan van een gezonde financiële bedrijfsvoering om zeker te zijn van niet nog meer verliezen.

1.2 Hypothese

Er kunnen verschillende mogelijkheden en oplossingen bedacht worden om deze verstoorde balans tussen artistieke en economische waarden en het bezoekersverlies in het Nederlandse theaterveld te herstellen. In dit kunstsociologische onderzoek wil ik mij richten op een van deze mogelijkheden die zich baseert op het theater als fysieke ruimte en ontmoetingsplek. Ik zal mij specifiek richten op de vier Randstedelijke Schouwburgen (Rotterdamse Schouwburg, Stadsschouwburg Utrecht, Stadsschouwburg Amsterdam en de Koninklijke Schouwburg Den Haag) en zal mijn onderzoek starten vanuit de volgende vraagstelling: *Op welke manier zijn de Randstedelijke Schouwburgen als plek inzetbaar voor het creëren van een Creative Community?*

In deze onderzoeksvraag liggen een aantal vooronderstellingen besloten die te maken hebben met het concept *Creative Community*. Deze term leen ik uit het werk van de Amerikaanse socioloog en 'urban scholar' Richard Florida. In zijn werk beargumenteert Florida dat een *Creative Community* bijdraagt aan economische groei; het ontwikkelen van zo'n *community* binnen de Randstedelijke Schouwburgen zou daarom een oplossing kunnen zijn voor het gat dat ontstaat door onder andere de subsidiebezuinigingen. Daarnaast kan volgens Florida een *Creative Community* slechts gestalte kan krijgen op een *fysieke plek*. Deze *plek* moet voldoen aan een aantal randvoorwaarden om daadwerkelijk in aanmerking te kunnen komen voor het faciliteren van een *Creative Community*. In paragraaf 1.5 en in hoofdstuk drie zal ik verder ingaan op dit gedachtegoed van Florida; in deze paragraaf benoem ik slechts de vooronderstellingen van waaruit dit onderzoek vertrekt.

De notie van *ruimte is* van groot belang voor dit onderzoek. Vaak wordt bij de artistieke waarde van een theater voornamelijk gedacht aan de programmering van voorstellingen. Echter, in deze scriptie pleit ik voor een bredere invulling van het begrip artistieke waarde. De totale theaterruimte van de Randstedelijke Schouwburgen – het gebouw, de foyer, het café en de overige ruimtes – kan ingezet worden om de identiteit, ofwel de signatuur, van deze theaters op een bredere manier uit te dragen dan enkel via de programmering. De schouwburgen hebben een zeer belangrijke en interessante troef in handen: hun theatergebouw met allerhande faciliteiten en mogelijkheden die al decennia lang onderdeel zijn van de vier grootste Nederlandse steden. De ruimtes binnen deze gebouwen zijn openbaar en open voor een publiek; een dergelijke ontmoetingsplek wordt daarom ook wel *public*

⁵ Arnold Heertje. 2006. De neuslengte van de markt. In *Boekman 68: Kunst en Commercie*, ed. Anita Twaalfhoven, 25-27. Amsterdam: Boekman.

space genoemd. Deze term zal ik in de volgende paragraaf nader bespreken. Naast de manier waarop de Randstedelijke Schouwburgen hun programma samenstellen en waaraan zij hun artistieke signatuur ontleen – ofwel de artistieke waarde – kunnen zij hun mogelijkheden als *public space* en ontmoetingsplek gaan inzetten om de hierboven al genoemde *Creative Community* te creëren. Om meer en andere doelgroepen te bereiken zal er een stevigere brug geslagen moeten worden tussen aan de ene kant de stad en aan de andere kant de *artistieke voorstelling* in de schouwburg. De publieke ruimtes van de schouwburg kunnen ingezet worden om deze brug tussen bezoekers, organisatie en kunstenaars te realiseren. Veel organisaties van Nederlandse theaters houden zich op dit moment bezig met hun plek in de samenleving. Welke positie bekleedt hun theater binnen de eigen stad en binnen Nederland en is men hier tevreden mee? Waar liggen de verbeterpunten? Iedere organisatie geeft een andere invulling en structuur aan deze kwestie. Vandaag de dag zien we dat steeds meer theaters bezig zijn met het naar buiten treden, waarbij onder andere gedacht kan worden aan locatie- of ervaringstheater op speciale plekken buiten de eigen theaters. Uiteraard is dit een interessante en belangrijke ontwikkeling, maar laten we vooral niet vergeten naar het al bestaande kapitaal van deze theaters te kijken: de gebouwen zelf vol historische waarde en mogelijkheden voor de toekomst. Eén van deze mogelijkheden is het *regisseren* van een ontmoetingsplek; een dergelijke ‘dramaturgie van de ontmoeting’ kan op zijn beurt gelden als basis van waaruit een *Creative Community* ontwikkeld kan worden. In dit onderzoek zal ik uiteindelijk in kaart brengen welke aanpassingen en activiteiten de organisaties van de Randstedelijke Schouwburgen op dit moment inzetten die aansluiten bij de *Creative Community* die Florida oppert. Ik zal analyseren vanuit welke inhoudelijke strategieën deze organisaties werken om deze functie van hun theater als *plek* aan te scherpen en in te zetten om meer openheid te creëren, meer en verschillende bezoekers te trekken en daarmee als positief side-effect meer inkomsten te genereren.

Om deze strategieën in kaart te kunnen brengen kunnen we gebruik maken van de term *dramaturgie*. In het boek *Dramaturgy and Performance* volgen Cathy Turner en Synne Behrndt dramaturge Marianne van Kerkhoven in de volgende definitie: “dramaturgy’ is an overarching term for the composition of a work, ‘the internal structure of a production, as well as, it would seem, a word for the collaborative process of putting the work together’.⁶ Dramaturgie heeft volgens deze definitie betrekking op de structuur van de inhoud van een theaterproductie, alsmede op de structuur van het samenwerkingsproces dat deze theaterproductie tot stand brengt. Maar, voegen zij eraan toe, deze definitie is breder en elastischer dan deze uitleg doet vermoeden. Marianne van Kerkhoven spreekt in haar eigen werk van *small* en *big dramaturgy*,⁷ waarbij de laatste van

⁶ Cathy Turner en Synne K. Behrndt. *Dramaturgy and Performance*. (Hampshire: Palgrave Macmillan, 2008): 17-18.

⁷ Marianne van Kerkhoven. *Van het kijken en van het schrijven; teksten over theater*. (Antwerpen: van

toepassing kan zijn op veel meer dan enkel de structuur van een theatervoorstelling. Op deze tweedeling zal ik in hoofdstuk twee van dit onderzoek uitgebreider ingaan. Ik zal de term *dramaturgie* gebruiken om te verwijzen naar de manier waarop de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen gestructureerd worden. Deze ruimtes worden gebruikt en gestructureerd volgens een bepaalde logica, een logica die voor een groot deel door de organisatie van de schouwburgen te beïnvloeden is. Deze onderliggende logica kunnen we de *dramaturgie* noemen. Ik ben vooral geïnteresseerd in de logica waarbij deze publieke ruimtes dienen als brug tussen de stad en de theaterzaal; het kunnen sleutels zijn om de Randstedelijke Schouwburg als *plek* een bredere functie te geven dan slechts het platform voor theaterkunsten en daardoor bijdragen aan zowel inhoudelijke als financiële groei. Het is daarom van belang om ook de bezoekers van de Randstedelijke Schouwburgen in ogenschouw te nemen; zij zijn een belangrijk onderdeel van de Randstedelijke Schouwburg als *plek* en zijn onmisbaar in de zoektocht naar inhoudelijke en financiële groei. Om te kijken hoe we vanuit de *dramaturgie* rekening kunnen houden met het publiek en hoe zij in relatie staan tot de schouwburgen als publieke plekken, kunnen we ons richten tot het werk van hoogleraar en dramaturge Maaïke Bleeker. In haar artikel *Dramaturgy as a mode of looking* zegt zij het volgende over *dramaturgie* en het publiek:

[...] Doing dramaturgy turns into a quest for provisional or possible arrangements of the diverse elements used by the artists and the question of how this challenges, invites, puts off, or leads astray an audience. Here, dramaturgy turns into a mode of looking that implies an eye for the possibilities inherent in the ideas and the material, as well as an eye for their implications, their effects.⁸

Zoals we zien is niet alleen het structureren van elementen in een (artistiek) proces van belang wanneer we het hebben over dramaturgie, maar moeten we hierin ook het effect meenemen en de manier waarop het publiek wordt aangesproken door de logica die gecreëerd is. Wanneer we ons richten op de Randstedelijke Schouwburgen met betrekking tot *dramaturgie* kunnen we stellen dat het op een bepaalde manier organiseren van de publieke ruimte van deze theaters uitnodigt tot een bepaalde positie (en bijbehorend gedrag) van de bezoeker. Het is heel belangrijk om dit in het achterhoofd te houden, wanneer we gaan kijken naar de manier waarop de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen ingericht moeten worden om als *Creative Community* te kunnen dienen.

Halewyck, 2002).

⁸ Maaïke Bleeker. 2003. *Dramaturgy as a mode of looking*, *Women & Performance: a journal of feminist theory* 13 (92): 166.

1.3 Het nieuwe leven en werken

Om beter te kunnen begrijpen waarom juist het ontwikkelen van een *Creative Community* een gedegen oplossing zou kunnen zijn voor het welzijn en de welvaart van de Randstedelijke Schouwburgen is het belangrijk om te bekijken met wat voor soort samenleving deze vier Nederlandse theaters anno nu te maken hebben. Uiteraard is het bijna ondoenlijk om in een paar regels 'de huidige maatschappij' te vatten; alleen al de vele verschillende parallelle ontwikkelingen maakt dat elke vluchtige beschouwing tekort zou schieten. Toch kunnen we een belangrijke ontwikkeling onderscheiden die van groot belang is voor de manier waarop we naar onze westerse maatschappij van de 21^{ste} eeuw kunnen kijken. De mobiliteit van mensen is in de afgelopen eeuwen met sprongen vooruit gegaan dankzij de ontwikkelingen in de luchtvaart en het vervoer over land. Dit betekent onder andere dat de fysieke grenzen van persoonlijke leefwerelden vervaagd zijn en dat daarom veel mensen niet langer meer hun hele leven blijven wonen op de plek of in de buurt van waar ze geboren zijn. Daarnaast is de vanzelfsprekende verbondenheid aan de kerk in de afgelopen eeuwen flink gereduceerd; men heeft ook afstand genomen van deze vorm van gemeenschap.

In een individualistische maatschappij en tijd waarin de oude gemeenschappen – familie, werk, religie – uit elkaar vallen, is het volgens Florida van belang om nieuwe gemeenschappen te creëren die de basis kunnen vormen van ons hele maatschappelijke systeem, zowel op sociaal als op economisch gebied. Florida zegt hierover:

Strong communities, not any institutions within them, are the key to social cohesion. As group attachments break down, the community itself must be the social matrix that holds us together, much as it is now the economic matrix that matches people to opportunities and companies to people. With everything else in flux – companies, careers, even families – our communities are often the only real constants in the social equation.⁹

Mede doordat we ons momenteel in een samenleving bevinden waarin de overheid steeds verder terugtreedt, zien we steeds vaker hoe burgers zelf initiatieven nemen voor allerlei verschillende vormen van collectiviteit en *community*-vorming. Denk aan wijkgroentetuinen, collectief ingekochte zonne-energie, zelfvoorzienende zorgsystemen die bijvoorbeeld door wijkbewoners zelf worden opgezet en crèches die door de ouders van de kinderen gerund wordt.¹⁰ Maar ook bedrijven springen handig op deze behoefte aan *community* in en in verschillende gevallen gaan deze

⁹ Richard Florida, *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure*. (New York, The Perseus Books Group: 2012): 324.

¹⁰ <http://www.ouderparticipatiecreche.nl/>, geraadpleegd op 11 augustus 2013.

initiatieven gepaard met de kunsten. Een voorbeeld hiervan is The Village Coffee & Music, een gespecialiseerde koffiebar en *hang-out* in het centrum van Utrecht waar de kunst van koffie maken en die van muziek samengebracht wordt in een sfeervolle ruimte met volop mogelijkheden tot ontspanning, ontmoeting en discussie.¹¹ Ook Het Huis (voormalig theaterproductiehuis Huis a/d Werf en tevens te Utrecht) speelt slim in op deze behoefte naar ontmoeting en verbintenis tussen (creatieve) individuen: 'De foyer van Het Huis is [namelijk] ingericht als werkplek voor creatieve zelfstandigen en andere arbeidsnomaden. In De Werkplek draait alles om ontmoeting en uitwisseling van kennis, netwerk en ideeën.'¹² De populariteit van de landelijke website thuisafgehaald.nl¹³ brengt mijns inziens aan het licht dat de Nederlandse burger behoefte heeft om in goed contact te staan met burens en wijkbewoners; ook deze vanzelfsprekendheid is weggefallen doordat veel mensen niet meer hun hele leven lang op dezelfde plek of in de buurt blijven wonen. De kunst van eten en drinken blijkt een zeer gedegen smeermiddel om deze banden weer aan te trekken.

Volgen we bovenstaande redenering, dan zien we dat de Randstedelijke Schouwburgen er goed aan zouden doen om in te spelen op de behoefte aan *community* die vanuit de maatschappij is ontstaan. Het ontwikkelen van een *Creative Community* lijkt hierdoor een logisch gevolg van de ontwikkelingen die zich hebben voltrokken (en uiteraard nooit uitontwikkeld zijn) in de maatschappij waarin deze theaters zich bevinden. Op welke manier de Randstedelijke schouwburg als *Creative Community* zou kunnen voldoen aan de sterke gemeenschappen waar Florida in bovenstaand citaat voor pleit, wordt in de volgende twee paragrafen geïntroduceerd.

1.4 Een introductie: het theater als ontmoetingsplek

Franse filosoof Michel Foucault duidt instellingen als theaters en musea aan met het begrip *heterotopia*: een materiële plek die zich buiten de dagelijkse ruimtes van de maatschappij bevindt.¹⁴ Een van de belangrijkste krachten van deze plekken is volgens Foucault dat ze, dankzij hun locatie buiten de hectiek van de dagelijkse leefwereld, op deze leefwereld kunnen reflecteren. Ook dit kunnen we zien als een vorm van 'onderdeel van de maatschappij zijn'; we zien immers duidelijk het verband met de maatschappij. De schouwburg als *platform* voor de podiumkunsten en performance is hierdoor een plek die deze reflectie op de samenleving biedt en daardoor een unieke factor in zijn omgeving is. De keerzijde van deze 'unieke' positie is dat het theater – en in het bijzonder de

¹¹ <http://www.thevillagecoffee.nl/>, geraadpleegd op 11 februari 2013.

¹² <http://www.huisaandewerf.nl/>, geraadpleegd op 11 februari 2013.

¹³ <http://www.thuisafgehaald.nl/> maakt het mogelijk om de eigen kookkunsten te delen met mensen in de buurt. Via deze website kunnen liefhebbers van koken en liefhebbers van eten met elkaar in contact komen en kunnen er maaltijden gedeeld worden met de burens. Buurbewoners komen hierdoor laagdrempelig bij elkaar in huis en leren zo de eigen buurt beter kennen.

¹⁴ Michel Foucault, "Of other spaces" *Architecture /Mouvement/ Continuité* (1984) Vert. Jay Miskowiec.

Randstedelijke Schouwburg – hierdoor als *plek* minder toegankelijk wordt. Wil de Randstedelijke Schouwburg zich opstellen als ontmoetings*plek* en daarmee de basis leggen voor een *Creative Community*, dan kan zij het in mijn opinie niet meer veroorloven om zich slechts als *heterotopia* op te stellen; zij zal haar ruimte anders moeten benutten om zo meer onderdeel te worden van de maatschappij waar zij zich in bevindt. Alleen op deze manier kan zij haar ruimte openstellen om de *community* te vormen die in dit onderzoek geopperd wordt en op die manier tegelijkertijd voldoen aan de behoefte vanuit de samenleving. De Randstedelijke Schouwburg zal zich meer moeten opstellen als 'publieke ruimte' om deze ontwikkeling te kunnen bewerkstelligen. *Public space* is een begrip dat door veel verschillende wetenschappers wordt aangehaald en gedefinieerd. In hun boek *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space* definiëren Anthony M. Orum en Zachary P. Neal *public space*, ofwel publieke ruimte, als volgt:

Public space includes all areas that are open and accessible to all members of the public in a society, in principle though not necessarily in practice.¹⁵

Onder deze ruimte vallen allerlei soorten fysieke plekken in de vier steden waarin de Randstedelijke Schouwburgen zich bevinden: de straten, pleinen en andere ontmoetingsruimtes in een stad zoals cafés en koffiebarretjes. Echter, verschillende delen van de schouwburgen zelf vallen ook onder deze definitie: de horecagelegenheden, de kaartverkoop, de foyers en sommige gangen zijn in principe open voor een ieder die zowel in de praktijk als in theorie naar binnen zou willen gaan. Om als schouwburg in deze tijd bestaansrecht te blijven houden is van belang dat zowel de organisatie van de schouwburg, het gebouw en de faciliteiten meer en meer benaderd worden als een *public space*. Hiermee wordt bedoeld dat er binnen de organisatie van de schouwburgen moet worden nagedacht over de inzetbaarheid van de openbare ruimtes binnen het gebouw. Veel theaterorganisaties zijn bezig met het onderzoeken van de mogelijkheden om hun theater als ontmoetings*plek* en *public space* aantrekkelijk(er) te maken waarbij er op verscheidene manieren gebruik wordt gemaakt van de faciliteiten en ruimtes die een theater tot zijn beschikking heeft. Wel hebben al deze initiatieven met elkaar gemeen dat er, naast de reguliere programmering, wordt nagedacht over de signatuur van het theater als ontmoetingsruimte en wat voor soort plek dit zou moeten zijn. Het creëren van een *Creative Community* binnen de Randstedelijke Schouwburgen, het initiatief waarvoor ik pleit in dit onderzoek, zouden we kunnen opvatten als één van de mogelijke manieren. In deze paragraaf zal ik allereerst een paar voorbeelden geven van initiatieven die theaters op dit moment nemen

¹⁵ Anthony M. Orum en Zachary P. Neal, *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space*. (New York, Routledge: 2010): 1.

betreffende hun theater als publieke ruimte, waarna ik in de volgende paragraaf zal uitweiden over het in dit onderzoek voorgestelde initiatief: de ontwikkeling van een *Creative Community*. Een goed voorbeeld van de inzetbaarheid en maakbaarheid van de schouwburg als publieke ruimte is de manier waarop Nel Oskam, directrice van De Goudse Schouwburg, haar foyer inricht. Zij creëert sfeer, zodat de mensen überhaupt graag komen. Ze zorgt voor veel stoelen ('Het is een nazit, geen nasta!') en laat geregeld de gratis bitterballen rondgaan om de sfeer te bevorderen. Mede dankzij deze aanpassingen redt Oskam het naar eigen zeggen met vier keer minder subsidie als vergelijkbare schouwburgen, omdat zij dankzij deze fijne en open sfeer, naast de hoogstaande programmering, veel bezoekers binnen weet te krijgen.¹⁶ Zij probeert hiermee in te spelen op het comfort die haar ruimtes te bieden hebben en die ervoor kunnen zorgen dat bezoekers zich thuis voelen. Cees Debets, directeur van Theater aan het Spui in Den Haag, vestigt juist de aandacht op zijn theater door politieke debatten te organiseren. Daarnaast heet hij geregeld zijn bezoekers persoonlijk welkom en houdt een korte inleiding bij de voorstelling. Op deze manier verbindt hij een gezicht aan het gebouw, de organisatie en de artistieke en culturele activiteiten.¹⁷ Deze initiatieven hangen deels samen met de programmering van het theater; politieke debatten worden onderdeel van het programma en zijn eigen optreden op de voorgrond wordt ook verbonden aan verschillende programmaonderdelen. Ook worden sociale media vaak gebruikt als strategie om ontmoeting en debat te creëren. Met als gevolg dat publiciteitsafdelingen flink aan de slag gaan met Twitter en Facebook. Ook Jan Zoet, de in april 2013 afgetreden directeur en programmeur van De Rotterdamse Schouwburg, is een fervent twitteraar. Cees Langeveld, directeur van het Chassé Theater in Breda, zegt over het sociale mediagebruik binnen zijn organisatie het volgende:

In het Chassé Theater overwegen we online te tonen naar welke voorstellingen bezoekers gaan – uiteraard wie daaraan mee wil werken – om zo groepsvorming te bevorderen. "Leuk om die of die weer te zien." Of: "Met haar heb ik de laatste keer zo gezellig staan praten over de voorstelling".¹⁸

Dit voorbeeld is vooral gericht op marketing; het zijn strategische activiteiten die moeten zorgen voor een sterkere verbintenis tussen theater en bezoeker. Jolie Vreeburg, de sinds augustus 2012 aangestelde theaterprogrammeur van theater Kikker in Utrecht, pleit in onderstaand citaat ook voor het theater als ontmoetingsplek:

¹⁶ Joke Beeckmans. "Theater met een vertrouwd gezicht," *NRC Handelsblad – Cultureel Supplement*, 21 december 2012, 7.

¹⁷ Cees Langeveld. *Prikkelende podia: 40 adviezen hoe je podiumkunsten efficiënt kunt presenteren*. (Rotterdam: Erasmus University Press, 2011): 18.

¹⁸ *Ibidem*, 19.

Het is van belang een ontmoetingsplek, ofwel een community, te creëren in het theater. Theater moet weer een maatschappelijke plek worden; een theehuis waar discussies plaats kunnen vinden. Uitwisseling van creativiteit en intellectuele sparringplek zijn hierbij sleutelbegrippen.¹⁹

Het theater is volgens Vreeburg niet alleen die ene voorstelling waar mensen naar toe gaan, daarna koffie drinken en weer naar huis gaan. Het theater moet een open plek zijn, meer verbonden met de maatschappij. Ook dit is een duidelijk gekozen strategie voor het theater als publieke ruimte en weer totaal anders dan de manier waarop bijvoorbeeld Nel Oskam dit doet. In de aanloop naar de Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community* zijn twee concepten die Vreeburg in haar uitspraak gebruikt interessant om nader op in te gaan: discussie en creativiteit.

Ten eerste discussie; Vreeburg noemt het theehuis, waarmee ze doelt op het Europese thee- of koffiehuis uit de 18^{de} eeuw waar Jürgen Habermas over spreekt in zijn meest bekende werk *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1989). Hij beschrijft het koffiehuis als *public space*, een plek die toegankelijk is voor iedereen, waardoor het een belangrijke plek is die als metafoor gezien kan worden voor de democratie: het geeft burgers een letterlijke plek om deel te nemen aan de democratie, wat zoveel betekent als het burgerschap kunnen uitoefenen.²⁰ Ook het theater is zo'n plek. Het is een publieke ruimte waar mensen elkaar buitenshuis kunnen ontmoeten; de meeste schouwburgen zijn in de achttiende en negentiende eeuw opgericht om, naast het ontwikkelen van kunst en wetenschap, als sociale ontmoetingsplek te fungeren voor de gegoede burgerij en elite.²¹ Naast het begrip *public space*, gebruikt Habermas ook de term *public sphere*. Hiermee doelt hij op de abstracte, conceptuele ruimte parallel aan de *public space* die gevuld is met ideeën, meningen en debatten over onderwerpen die het publiek interesseren.²² In zijn werk bedoelt Habermas hiermee vooral politieke onderwerpen; Vreeburg trekt dit in haar bovenstaande uitspraak breder.

Maatschappelijke onderwerpen, politieke onderwerpen, artistieke onderwerpen: de discussie die Vreeburg voor ogen ziet binnen haar theater kan en mag over allerhande onderwerpen gaan, mits het een zekere 'intellectuele' en 'creatieve' basis bevat. Voor Vreeburg is het van belang dat haar theater vooral een 'intellectuele' ontmoetingsplek is, blijkend uit haar uitspraak. Zij pleit voor een tegenhanger van de platvloersheid waarmee we tegenwoordig door bijvoorbeeld tv-programma's als OH OH CHERSO en JERSEY SHORE worden omringd.²³ Het is echter niet de inzet van deze thesis om een standpunt in te nemen met betrekking tot de discussie of het theater teruggegeven moet

¹⁹ Lecture Jolie Vreeburg, Theater Kikker 27-09-2012.

²⁰ Orum en Neal, 4.

²¹ Bob Logger. *Theaters in Nederland sinds de zeventiende eeuw*. (Amsterdam: Theater Instituut Nederland, 2007): 45.

²² Jürgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Translated by Thomas Burger. (Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1989).

²³ Lecture Jolie Vreeburg, Theater Kikker 27-09-2012.

worden aan de marge - het 'intellectuele publiek' -, vandaar dat ik mij in dit onderzoek niet wil beperken tot een ontwikkeling naar 'intellectuele' ontmoetingsplek. Wel pleit ik, net als Vreeburg, voor een strategie die vanuit artisticeit wordt geïnitieerd en daardoor als tegenhanger kan dienen voor platvloersheid en vercommercialisering. Om dit te kunnen bereiken richt ik mij op de tweede vereiste die Vreeburg noemt: *creativiteit*. Er circuleren verschillende definities rond dit buigzame begrip. Belangrijk in dit onderzoek is dat er aangenomen wordt dat ieder mens over een bepaalde menselijke *creativiteit* beschikt²⁴ en dat *creativiteit* bestaat uit de volgende aspecten: artisticeit, scheppingskracht en scheppingsvermogen.²⁵ Een 'creatieve' ontmoetingsplek is iets anders dan de 'intellectuele' ontmoetingsplek waar Vreeburg op doelt. De eerste maakt namelijk geen onderscheid tussen opleiding of het niveau van intellectueel vermogen maar baseert zich op een menselijke eigenschap die iedereen in een bepaalde vorm of mate bezit: het vermogen om oplossingsgericht te denken en nuttige nieuwe vormen te creëren, oftewel *creatief* denken en handelen²⁶.

1.5 Een introductie: de Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community*

Naast het feit dat ieder mens *creatief* is, wordt door verschillende wetenschappers *creativiteit* gezien als de nieuwe 'grondstof' waarop onze huidige kennis- en informatie-economie gebaseerd is. De al eerder genoemde Amerikaanse socioloog en 'urban scholar' Richard Florida is een van deze wetenschappers. Zijn gedachtegoed zal in dit onderzoek centraal staan en in verband gebracht worden met de Randstedelijke Schouwburgen als ontmoetingsplek. Florida houdt zich in zijn boek *The Rise of the Creative Class* (herzien en opnieuw uitgebracht in 2012) bezig met de positie en het belang van de zogeheten *Creative Class* in stedelijke ontwikkeling in Noord-Amerika en Europa. Florida schaarnt niet alleen schrijvers, modeontwerpers, grafisch ontwerpers, musici, acteurs, componisten, schilders, beeldhouwers, fotografen, dansers, regisseurs en artiesten onder deze beroepsgroep maar ook ICT-ers, wiskundigen, architecten, ingenieurs, medici, sociale wetenschappers en onderwijzers vallen hier volgens hem onder. Tevens behoren managers, financieel en commercieel experts, juristen en technici tot de *Creative Class*. Belangrijk is dat de leden van deze beroepsgroep hun *creativiteit* kwijt kunnen in het beroep dat ze uitoefenen en op die manier tot innovatie kunnen komen; volgens Florida het product van creativiteit.²⁷ Zo komt hij tot een categorie waaronder maar liefst 30% van de Amerikaanse beroepsbevolking valt.²⁸ Nederland behaalt een tweede plaats in de wereldranglijst met een percentage van 46,2%, enkel verslagen

²⁴ Florida, *The rise of the creative class*, 383.

²⁵ <http://www.encyclo.nl/begrip/Creativiteit>, geraadpleegd op 5 februari 2013

²⁶ Richard Florida, *The rise of the Creative Class*, 30.

²⁷ Ibidem, 30.

²⁸ Ibidem, 38-39.

door Singapore met een niet veel hoger percentage van 47,3%.²⁹ Naast de *Creative Class* onderscheidt Florida nog twee andere beroepsgroepen waar ik in hoofdstuk drie verder over zal uitweiden: de *Service Class* en de *Working Class*. In zijn onderzoek naar de redenen waarom sommige steden wel economisch floreren en anderen achterblijven, ondervond Florida dat de aanwezigheid van de *Creative Class* een grote rol speelt. Een stad waar de *Creative Class* zich ophoudt loopt economisch gezien voor op de steden en gebieden waar deze beroepsgroep minder vertegenwoordigd is. De fysieke *plek* wordt hierdoor van belang; waar de *Creative Class* zich fysiek ophoudt ontstaat een vruchtbare grond voor innovatie. Florida voegt toe: 'Cities are not just containers for smart people; they are the enabling infrastructure where connections take place, networks are built, and innovative combinations are consummated.'³⁰ Volgens Florida heeft de *Creative Class* twee belangrijke kenmerken. Ten eerste heeft ze een goede arbeidsethos in zich, waarmee ze werken als levensdoel stelt. Ten tweede houdt ze er een levensstijl op na die gericht is op genot. Dit zijn redenen waarom de *Creative Class* zich in haar woonplek niet alleen laat leiden door werkgelegenheid, maar ook door andere specifieke woonvoorkeuren zoals voorzieningen op kunst- en cultuurgebied. De *Creative Class* betreedt graag een *Creative Community*, dit kan op het niveau zijn van de stad zelf, maar ook van kleinere gemeenschappen binnen de stad. Florida definieert het begrip *Creative Community* als volgt:

A place that enables us to reflect and reinforce our identities as creative people, pursuing the kind of work we choose and having ready access to a wide range of lifestyle amenities.³¹

John M. Eger, directeur van het Internationale Centrum voor Communicatie aan de San Diego State University, voegt hier aan toe dat een *Creative Community* een gemeenschap is die de vitale verbanden tussen kunst, cultuur en commercie exploiteert in onze op kennis gebaseerde economie en maatschappij.³² Opvallend aan beide definities is dat Florida, anders dan Eger, duidelijk spreekt over een plek – *a place* – wanneer hij het heeft over een *Creative Community*. Hij benadrukt hiermee het belang van het bestaan van een fysieke plek voor het creëren van een dergelijke *community*; gemeenschappelijkheid en (fysieke) ruimte zijn volgens Florida onlosmakelijk met elkaar verbonden. Hieruit kunnen we de relevantie van de Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community* opmaken; zij biedt de (fysieke) ruimte waar de *Creative Class* zich kan verzamelen. Om economisch succesvol te zijn als *Creative Community* ben je er echter nog niet door enkel de *Creative Class* samen te brengen. De plekken waar een *Creative Community* economisch succesvol is

²⁹ Florida, *The rise of the creative class*, 268.

³⁰ Ibidem, 189.

³¹ Ibidem, 15.

³² John M. Eger, "Building Creative Communities: The Role of Art and Culture," *The Futurist* 40 (2006): 18.

scheiden zich af van de plekken die vroeger economische voorspoed beleefden dankzij de aanwezigheid van grote bedrijven en organisaties. Volgens Florida onderscheiden de nieuwe welvarende plekken zich dankzij een nieuw economisch model dat zich vormt rond de 3T's van economische ontwikkeling: *Technology*, *Talent* en *Tolerance*. De meest welvarende plekken benutten deze drie T's allemaal tegelijk. In hoofdstuk drie van dit onderzoek zal ik verder ingaan op deze drie begrippen. In onze nieuwe economie vormen deze *creatieve* gemeenschappen volgens wetenschappers als Florida en Eger de motor voor de economische groei van zowel het bedrijfsleven als het stedelijke leven; de menselijke *creativiteit* en gemeenschapszin wordt ingezet om positieve financiële flow te creëren.

1.6 Wetenschappelijke & maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek is een adviserend betoog over de Randstedelijke Schouwburg als ontmoetingsplek. Doel is te onderzoeken welk *kapitaal* de Randstedelijke Schouwburgen in huis hebben om een *Creative Community* te kunnen faciliteren en op welke manier de *dramaturgie* van de schouwburgen als plek verbeterd kan worden. Dit onderzoek is geschreven vanuit een kunstsociologisch perspectief en is een bijdrage aan het al bestaande discours³³ rondom de veranderingen in beleid en identiteit van de Nederlandse podiumkunsteninstellingen in de huidige tijd van bezuinigingen. Over vlakkevloertheaters in relatie tot deze veranderingen is al meer onderzoek³⁴ te vinden; wat betreft de Schouwburgen en grote zalen is dit nog miniem. Deze thesis vult dit onderzoek aan door zich expliciet te richten op de grote zalen en daarmee de leemte op dat gebied (gedeeltelijk) op te vullen. Dit onderzoek biedt alle geïnteresseerden, zowel binnen de vier Randstedelijke Schouwburgen als daarbuiten, een *overview* van de ontwikkelingen in deze vier theaters omtrent hun functie als ontmoetingsplek en de stap naar een *Creative Community*. Ik denk hier zeker niet alle mogelijke antwoorden te hebben; tevens is het absoluut niet mijn bedoeling om te beweren dat dit onderzoek dwingend en de enige weg is. Toch ben ik van mening dat het interessante inzichten kan bieden voor een ieder die zich bezig houdt met de manier waarop de Randstedelijke Schouwburg (of het theater in het algemeen) zichzelf kan manifesteren als (economisch welvarende) publieke ruimte .

³³ Voor meer literatuur in dit discours kan men zich onder andere richten tot de literaire bundels van de Boekmanstichting, met in het bijzonder Boekman 93: Creatieve Industrie, Amsterdam (2013).

³⁴ Voor meer literatuur over vlakkevloertheaters en het onderwerp van dit onderzoek zie onder andere: Marieke Hogendorf, *Het Cultiplex: Theater van de toekomst? Een onderzoek naar de succesfactoren van het cultiplex, aan de hand van een casestudy bij De Verkadefabriek in Den Bosch*. Utrecht: Universiteit Utrecht, 2007, en Marije Rispiens, *Environmentalist Programming. Een onderzoek naar een alternatieve werkwijze voor programmeurs om het theater meer tot een sociale plek te maken*. Utrecht: Universiteit van Utrecht, 2012.

1.7 Theoretisch kader, argumentatiestructuur & inhoudsindeling

Om mijn onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zal ik in dit onderzoek verschillende stappen doorlopen. Allereerst zal ik onderzoeken wat voor soort plek de vier Randstedelijke Schouwburgen eigenlijk zijn. Omdat het een plek is die in principe van oudsher toegankelijk is voor burgers – voor een publiek - zoek ik in hoofdstuk twee naar antwoorden in de theorieën over de term *public space*. Het werk dat ik in dit onderzoek als leidend zal nemen is het *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space* (2010), geschreven door Anthony M. Orum en Zachary P. Neal. In hun boek onderscheiden zij drie verschillende perspectieven op *public space*, waarin ik mij in dit onderzoek voornamelijk zal richten op hun eerstgenoemde: *Public Space as civic order* (burgerlijke orde). In paragraaf 2.2 en 2.4 zal ik hier uitvoerig op in gaan. Volgens Orum en Neil hechten wetenschappers die *public space* met name als ruimte van burgerlijke orde beschouwen grote betekenis aan de kwaliteit van interactie die plaatsvindt in de openbare ruimte; de publieke ruimte is volgens hen een plek die ordelijk gestructureerd kan worden vanuit de gedachte sociale interactie te verbeteren. Degene die vaak als één van de grondleggers wordt gezien die vanuit dit perspectief de publieke ruimte in stedelijke gebieden analyseert, is de Amerikaanse journaliste Jane Jacobs. Ook Richard Florida werkt vanuit dit perspectief. Een *plek* die ontmoeting tussen verschillende soorten mensen stimuleert met als gevolg een bruisende en vitale leefomgeving, wordt door onder andere deze wetenschappers gezien als de ideale weergave van een publieke plek. Ik richt mij in dit onderzoek voornamelijk tot dit perspectief, omdat het werken vanuit deze visie onder andere uitnodigt tot oplossingsgericht denken en de mogelijkheden laat zien die *public space* te bieden heeft. Omdat deze thesis zich expliciet richt tot de praktijk en pragmatisch van aard is, sluit dit perspectief hier goed op aan.

Daarnaast zal ik in paragraaf 2.3 gebruik maken van de opvatting van Benjamin Barber, die in zijn artikel *The Art of Public Space* (2009) stelt dat het juist de rol van de kunstenaar is om deze sociale interactie (en daarbij vrijheid, creativiteit en betrokkenheid) in de publieke ruimte te stimuleren en te verbeteren. Ik zal de manier waarop Barber de openbare ruimte analyseert in verband brengen met het begrip *dramaturgie*; beiden zeggen namelijk wat over de structuur en de logica van een *plek*. In paragraaf 2.4 zal ik verder ingaan op de andere twee perspectieven op *public space* die Orum en Neil in hun werk *Common Ground?* beschrijven: *public space as Power and Resistance* (macht en weerstand) en *as Art, Theatre, and Performance* (kunst, theater en performance). Deze zullen dienen als aanvulling maar ook als tegenwicht voor het perspectief van burgerlijke orde dat ik in dit onderzoek als leidend zal beschouwen. Ik zal deze twee perspectieven beschrijven en in verband brengen met de Randstedelijke Schouwburgen, om zo een verdieping aan te brengen in de manier waarop we de Randstedelijke Schouwburgen als *plek* kunnen bekijken. In de laatste paragraaf van

hoofdstuk 2 zal ik een historische beschouwing geven over de *plek* die de vier Randstedelijke Schouwburgen hebben ingenomen in de afgelopen vier eeuwen. Ik zal mij in deze beschouwing baseren op bestaand onderzoek over de geschiedenis van de Randstedelijke Schouwburgen aan de hand van het boek *Theaters in de Nederland sinds de zeventiende eeuw*, geredigeerd door Bob Logger en vier andere leden van de Werkgroep Historie & Theorie van de Stichting OISTAT (Organisation Internationale des Scenographes, Techniciens et Architectes de Théâtre), in samenwerking met het TIN (Theater Instituut Nederland). Ik presenteer deze informatie echter vanuit de focus die van belang is voor dit onderzoek: de manier waarop de Randstedelijke Schouwburgen functioneerden als ontmoetings*plek* en *public space* door de eeuwen heen. Wanneer we duidelijk hebben met wat voor soort plek we te maken hebben als we het hebben over de vier Randstedelijke Schouwburgen, zowel in het heden als in het verleden, kunnen we de overstap maken naar de Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community*. Hoofdstuk drie van dit onderzoek zal ik gebruiken om dit begrip uit te leggen, voornamelijk aan de hand van Richard Florida's gedachtegoed. Zowel het boek *The Rise of The Creative Class* (2012) als *Who's Your City?* (2008) acht ik als belangrijk voor dit onderzoek. Daarnaast zal ik, ter ondersteuning, gebruik maken van het werk van de sociologen John M. Eger (*Building Creative Communities: The Role of Art and Culture*, 2006) en Charles Landry (*The Creative City : a toolkit for urban innovators*, 2000). In het derde hoofdstuk zal ik mij allereerst richten op het begrip *Creative Class*; het economische en sociale belang van deze beroepsgroep is volgens Florida in onze op technologie gebaseerde kenniseconomie zeer groot geworden en dit zal alleen maar meer worden. Om economisch succesvol te kunnen zijn als *plek*, in Florida's geval de stad, is de fysieke aanwezigheid van deze *Creative Class* een vereiste. Waar de *Creative Class* zich ophoudt kan een *Creative Community* gevormd worden, aldus Florida. Echter, deze *Creative Community* kan niet zomaar overal plaatsvinden. Een plek, of een stad, moet aan bepaalde eisen voldoen waardoor de *Creative Class* geprikkeld wordt om zich daar daadwerkelijk op te houden. In paragraaf 3.3 zal ik hier verder op ingaan. Daarnaast geeft Florida aan dat een *Creative Community* aan bepaalde voorwaarden moet voldoen om economisch welvarend te worden. Het gaat hier om de zogenaamde 3T's van economische ontwikkeling: *Technology*, *Talent* en *Tolerance*. In paragraaf 3.4 zal ik uitvoerig ingaan op deze drie begrippen. In paragraaf 3.5 zal ik de brug maken van de theorieën van Florida en zijn collega's, die allemaal over stedelijke ontwikkeling gaan, naar de case uit dit onderzoek: de vier Randstedelijke Schouwburgen.

Om te begrijpen aan welke voorwaarden de Randstedelijke Schouwburgen wel en niet voldoen om een *Creative Community* te kunnen ontwikkelen, zullen we moeten kijken naar het *kapitaal* van deze schouwburgen. Hoofdstuk vier staat in het teken van dit *kapitaal*, een begrip geleend uit het

bekende oeuvre van de Franse kunstsocioloog Pierre Bourdieu. Om aan de hand van het begrip *kapitaal* deze voorwaarden te analyseren, zal ik voornamelijk gebruik maken van zijn boek *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld* (1994). Bourdieu onderscheidt in zijn theorie verschillende soorten *kapitaal*. Drie van deze *kapitaal*soorten acht ik van het grootste belang voor dit onderzoek: het *symbolische kapitaal*, het *culturele kapitaal* en het *economische kapitaal*. In paragraaf 4.2 zal ik deze verschillende *kapitaal*soorten toepassen op de Randstedelijke Schouwburgen, om er zo achter te komen wat deze theaters al in huis hebben voor het creëren van een *Creative Community*. In paragraaf 4.3 zal ik een korte analyse maken van de historische beschrijving uit paragraaf 2.6. Ik zal kort ingaan op de manier waarop de Randstedelijke Schouwburgen historisch kapitaal hebben vergaard dankzij hun eeuwenlange geschiedenis. Ook Richard Florida maakt in zijn theorie gebruik van het begrip *capital*. Hij maakt een onderscheid tussen *human capital* en *creative capital*. In paragraaf 4.4 zal ik ingaan op de manier waarop Florida deze begrippen gebruikt en hoe deze in relatie gebracht kunnen worden met het kapitaal van de Randstedelijke Schouwburgen. Paragraaf 4.5 staat in het teken van de overgang van theorie naar praktijk.

Om bovenstaand theoretische kader en voorbereidende analyses in de praktijk te toetsen, zal ik gebruik maken van vier casestudies. In hoofdstuk vijf van dit onderzoek zal ik benoemen hoe de verschillende aspecten van *Creative Community* gestalte krijgen binnen de vier Randstedelijke Schouwburgen.

De eerste casestudy waar ik mijn theoretisch kader in de praktijk op zal toetsen is de Rotterdamse Schouwburg, met als directeur de sinds 1 juni 2013 aangestelde Ellen Walraven. Ook ben ik in gesprek gegaan met hoofd programmering Walther van den Heuvel; hij is al ruim tien jaar werkzaam bij deze schouwburg. De huidige Rotterdamse Schouwburg, zoals we het theatergebouw vandaag de dag kennen, opende zijn deuren op 15 april 1988 aan het Schouwburgplein. Het theater is in het bezit van drie zalen: De Grote Zaal (lijsttoneel, 894 stoelen), de Kleine Zaal (vlakkevloer, 160 stoelen) en de Krijn Boon Studio (vlakkevloer, 80 stoelen). Naast de schouwburg bevindt zich Café Floor; dit café-restaurant biedt ook faciliteiten voor kleinschalige theater- en muziekvoorstellingen³⁵. Ik kies voor de Rotterdamse Schouwburg als casestudy omdat hier in de praktijk al een aantal dingen gebeuren die dankzij de aanwezigheid van de 3T's van Florida geplaatst kunnen worden binnen het ontwikkelen van een *Creative Community*. Zo hebben zij geïnvesteerd in technologie om de functionaliteit van de hal te verbreden. Zowel Walraven als van den Heuvel zijn volop bezig met de

³⁵ Logger, 298-299.

manier waarop de publieke ruimtes ingezet kunnen worden om onder andere meer openheid te creëren. (Voor beeldmateriaal van het exterieur en het interieur, zie bijlage 10.1)

De tweede schouwburg die ik als casestudy gebruik, is de Stadsschouwburg Amsterdam. In het kader van dit onderzoek heb ik gesproken met de adjunct-directeur Dianne Zuidema. De stad Amsterdam heeft een grote toneelgeschiedenis, vooral op het gebied van repertoire en klassiek toneel.³⁶ Het gebouw opende in 1894 zijn deuren op het Leidseplein als vervanging van de 'houten kast' die er daarvoor stond. Het theater is in het bezit van twee zalen: De Grote Zaal (lijsttoneel, 757 verkoopbare stoelen) en de Rabo Zaal (vlakke vloer, 520 stoelen). Aan de voorzijde van het gebouw bevindt zich café-restaurant Stanislavski. De Stadsschouwburg Amsterdam is net als de Rotterdamse Schouwburg bezig te spelen met zijn positionering in de stad te bespelen en zijn identiteit als plek. Door middel van onder andere het inzetten van randprogrammering en het restaurant Stanislavski als verbinding tussen het plein en de schouwburg, proberen zij een *community* te creëren die als tegenwicht kan dienen voor de commerciële en platte horeca en retail van het Leidseplein. (Voor beeldmateriaal van het exterieur en het interieur, zie bijlage 10.2)

De derde casestudy van dit onderzoek betreft de Koninklijke Schouwburg Den Haag. Deze schouwburgorganisatie is in het bezit van het oudste gebouw; het gebouw, gelokaliseerd op de Korte Voorhout, werd in 1804 omgebouwd van paleis tot schouwburg.³⁷ De stad Den Haag heeft, mede dankzij de Koninklijke Schouwburg, een grote toneeltraditie. De schouwburg specialiseert zich momenteel nog steeds in het genre toneel en maakt bewust een keuze om het *woord* en de *woordkunst* centraal te laten staan. Het theater is in het bezit van twee zalen: De Grote Zaal (lijsttoneel, 670 stoelen) en de Paradijszaal (vlakke vloer, 70 stoelen). Aan de voorzijde van het gebouw bevindt zich Theater Brasserie Wasserman; dit restaurant is voorstellingsgerelateerd te bezoeken. De directie van deze schouwburg bestaat uit artistiek directeur Oscar Wibaut en de zakelijk directeur Hedwig Verhoeven. Deze laatste heb ik in het kader van dit onderzoek gesproken. Ondanks dat de Koninklijke Schouwburg op dit moment nog niet de 'openheid' heeft zoals Amsterdam en Rotterdam deze wel hebben – hiermee bedoel ik de publieke ruimtes die zowel overdag als 's avonds open zijn voor publiek -, zitten zij volop in het proces om hun schouwburg als plek en als verbinding met de stad Den Haag sterker in te zetten. De historie van het gebouw zal hierin een grote rol moeten spelen; interessant is om te kijken hoe deze in verband kan worden gebracht met de 3T's. (Voor beeldmateriaal van het exterieur en het interieur, zie bijlage 10.3)

³⁶ Logger, 13-59.

³⁷ Ibidem, 188.

Ten vierde gebruik ik de Stadsschouwburg Utrecht als casestudy. Op 3 september 1941 werd aan het Lucasbolwerk het huidige theatergebouw geopend. Na vele verbouwingen bestaat de Schouwburg op dit moment uit twee zalen: De Douwe Egbertszaal (lijsttoneel, 1002 stoelen) en de Blauwe zaal (vlakkevloer, 240 stoelen). Op de eerste verdieping bevindt zich restaurant De Zinding; dit restaurant is elke avond geopend en ook te bezoeken voor de eter die niet naar het theater gaat.³⁸ Lucia Claus is directeur van het theater. Steven Peters, degene die ik gesproken heb in het kader van dit onderzoek, is hoofd programmering. Deze casestudy is interessant voor dit onderzoek, omdat zij juist niet op zoek zijn naar de duidelijke ontwikkeling van hun theater als ontmoetingsplek of *Creative Community*. Zij richten zich juist op andere functies van het gebouw en gaan in hun zoektocht naar een breder draagvlak of een breder publieksbereik meer de stad in. Deze casestudy kan deels dienen als tegenwicht voor mijn onderzoek. (Voor beeldmateriaal van het exterieur en het interieur, zie bijlage 10.4)

Hoofdstuk vijf is verdeeld in zes verschillende paragrafen. Paragraaf 5.1 dient als inleiding. In paragraaf 5.2 zal ik ingaan op het concept *Technology* en de Randstedelijke Schouwburgen; in paragraaf 5.3 idem dito met het concept *Talent*; in paragraaf 5.4 wordt het concept *Tolerance* beschreven. In paragraaf 5.5 zal ik een overzicht geven van de 'scores' die er zijn behaald per schouwburg op deze drie concepten. Ik zal kort uitleggen welke verhoudingen we tussen de vier schouwburgen kunnen ontdekken. In de laatste paragraaf van hoofdstuk vijf zal ik ingaan op de manier waarop de Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community* bijdraagt aan economische groei. In deze paragraaf zal ik geen feitelijke uitspraken (kunnen) doen omtrent de financiële ontwikkelingen, omdat hierover op dit moment nog te weinig informatie beschikbaar is. Wel zal ik beschrijven op welke manier de verschillende schouwburgen aankijken tegen dit side-effect van het ontwikkelen van een *Creative Community* en welke mogelijkheden er gezien worden.

In het laatste hoofdstuk geef ik een korte samenvatting van mijn bevindingen tot dusver. Ik formuleer hier ook nogmaals in het kort het antwoord op mijn probleemstelling, bespreek de conclusies die ik getrokken heb uit de theorie en de casestudy en ik doe enkele algemene aanbevelingen voor verder onderzoek. Bovendien reflecteer ik in deze conclusie op de beperkingen van de door mij gekozen theorieën over *public space* en *Creative Community* en wat dit onderzoek heeft opgeleverd.

³⁸ Logger, 321-322.

1.8 Methode van onderzoek

In dit onderzoek pas ik een bestaande theorie over de relatie tussen *Creative Community* en economische groei (namelijk die van Richard Florida) toe op de Randstedelijke Schouwburgen van Nederland. In die zin zou dit onderzoek bestempeld kunnen worden als een toegepast onderzoek. Ik doe dit vanuit de aanname dat juist de Randstedelijke Schouwburg als plek bij uitstek voldoet aan de voorwaarden die Florida aan een *Creative Community* stelt. In het verloop van dit onderzoek zal ik deze aanname met zoveel mogelijk argumenten onderbouwen.

In het eerste deel van mijn onderzoek werk ik vanuit de methode die bestaat uit de omschrijving en karakterisering van de Randstedelijke Schouwburgen als onderzoeksobject. Ik heb hierin zeer nadrukkelijk een bepaald perspectief geformuleerd van waaruit ik deze vier theaters benader, namelijk die van de schouwburg als openbare ruimte. De formulering van dit perspectief komt tot stand op basis van literatuuronderzoek en de keuze voor dit perspectief is ingegeven door het feit dat er vanuit dit perspectief aannemelijk kan worden gemaakt dat de Schouwburg inderdaad een geschikte plek is voor de *Creative Community* zoals Florida die omschrijft. Onderdeel hiervan is ook het creëren van een historische context waarmee het mogelijk wordt om te benoemen hoe de Schouwburg zich door de eeuwen heen als publieke ruimte heeft gemanifesteerd. Zoals gezegd baseer ik me hierbij op en volg ik bestaand onderzoek naar de geschiedenis van de Schouwburgen, maar nadrukkelijk vanuit het perspectief van openbare ruimte. Hierna maak ik gebruik van primair bronnenonderzoek dat erop gericht is Florida's theorie en belangrijkste concepten uit deze theorie te bespreken en toe te lichten. Ook zal ik ter ondersteuning aanverwante theorieën en concepten van andere auteurs inzichtelijk maken. De theorie van Florida bestaat onder andere uit de veronderstelling dat een *plek* aan een aantal voorwaarden moet voldoen om als *Creative Community* te kunnen fungeren. Deze voorwaarden vormen de aspecten waarop ik de vier Randstedelijke Schouwburgen ga toetsen. Deze toetsing zal antwoord moeten geven op de vraag in hoeverre de Randstedelijke Schouwburgen voldoen aan deze voorwaarden. Hiermee komen we op het laatste deel van de methode die ik in dit onderzoek hanteer: de toetsing van de vier Randstedelijke Schouwburgen aan een deel van de in deze thesis behandelde theorie; Florida's 3T's van economische groei). Om deze praktijksituatie in kaart te brengen, te beschrijven en te toetsen op de door Florida geformuleerde voorwaarden baseer ik me op verschillende bronnen. Enerzijds heb diepte-interviews afgenomen met belangrijke spelers in de vier Randstedelijke Schouwburgen, anderzijds heb ik de beleidsplannen en aanverwante artikelen van de Schouwburgen bestudeerd. Wat dit onderzoek niet toetst is of het door de theorie van Florida veronderstelde effect van een *Creative Community*, namelijk economische groei, zichtbaar is in de Schouwburgen. Met andere woorden: er wordt niets gemeten en het gehele onderzoek blijft in dit opzicht speculatief van aard.

2. De Randstedelijke Schouwburg als *Public Space*

2.1 Inleiding

Voordat we kunnen nadenken over de manier waarop de Randstedelijke Schouwburg plek kan bieden aan en kan functioneren als Creative Community, is het allereerst belangrijk om te onderzoeken met wat voor soort *plek* we precies te maken hebben wanneer we het hebben over *de Randstedelijke Schouwburg*. Uiteraard zijn de vier Randstedelijke Schouwburgen niet identiek aan elkaar; allemaal hebben zij hun eigen kenmerken en hebben zij te maken met verschillende scenario's binnen hun eigen omgeving. Deze verschillen zal ik in hoofdstuk vijf duidelijk uitwerken. Echter, in dit hoofdstuk zal ik de Randstedelijke Schouwburg in algemene zin bespreken, aangezien de werking en de functie van deze *plekken* in de basis gelijk is.

2.2 De Randstedelijke Schouwburg als (ontmoetings)plek

De Randstedelijke Schouwburgen zijn *plekken* waar theatermakers, acteurs en kunstenaars hun theatrale werk kunnen laten zien aan publiek en in de daarvoor aangewezen ruimtes soms ook hun werk kunnen ontwikkelen en produceren. Ook bieden de Randstedelijke Schouwburgen plaats aan tenminste één bedrijf: de organisatie van deze schouwburgen zelf. In de afgelopen decennia zijn deze organisaties steeds groter en professioneler geworden, waardoor er bij veel theaters verbouwingen zijn geweest van de kantoorruimtes ten behoeve van de effectiviteit. Daarnaast stellen de vier Randstedelijke Schouwburgen hun gebouw open voor andere organisaties; zo woont bijvoorbeeld de hele organisatie (zowel kantoormedewerkers, directie als artistiek team) van Toneelgroep Amsterdam in bij de Stadsschouwburg Amsterdam. De organisaties van de vier Randstedelijke Schouwburgen zorgen ervoor dat de kunstenaars in contact komen met de bezoekers. Vanuit een bepaalde artistieke en bedrijfsmatige visie zorgen zij dat hun schouwburg op de kaart komt te staan bij de potentiële bezoekers en kunstenaars, maar ook bij vakgenoten en collega's uit binnen- en buitenland, critici, geldverstreckende instanties en andere bedrijven. De organisaties van de schouwburgen leveren het *platform* (het Schouwburggebouw) voor de ontmoeting tussen al deze partijen. Als derde is de functie die de vier Randstedelijke Schouwburgen bekleden ten overstaande van bezoekers erg belangrijk. In principe mag iedereen die een kaartje koopt voor een voorstelling de theaterzaal in voor deze specifieke voorstelling. De kassa, de foyer, de gangen, de toiletruimtes en het theatercafé of -restaurant (vanaf nu steeds aangeduid als de *publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen*) zijn plekken waar bezoekers zich vrij in en uit kunnen bewegen, zich kunnen oriënteren of informatie kunnen verzamelen, kunnen discussiëren

met elkaar of simpelweg een kopje koffie kunnen drinken. Om die redenen kunnen we het theater als *plek* definiëren als een *third place*, naar de definitie van Ray Oldenburg:

A neutral ground upon which people may gather, [...] a place where individuals may come and go as they please, in which none are required to play host, and in which all feel at home and comfortable.³⁹

Oldenburg voegt aan voorgaand citaat toe dat een *third place* een plek is waar mensen elkaar kunnen ontmoeten buiten hun eigen huis (*first place*) en buiten hun werk (*second place*) om; een publieke ruimte toegankelijk voor iedereen, voor het publiek. Het is om die reden dat de *third place* een voorbeeld is van een *public space*.

Verschillende wetenschappers hebben zich gebogen over het begrip *public space*. Ook zijn er verschillende varianten van deze term in omloop, zoals onder andere *public sphere*, *public place*, *public realm* en *non-space*. Deze begrippen zijn door verschillende wetenschappers op verschillende manieren gedefinieerd, gekenmerkt en daarnaast vindt er soms overlap in betekenis plaats. In dit onderzoek zal ik uitgaan van de definitie die Anthony M. Orum en Zachary P. Neal hanteren in hun boek *Common Ground?*. Zij definiëren het begrip *public space* als volgt:

Public space includes all areas that are open and accessible to all members of the public in a society, in principle though not necessarily in practice.⁴⁰

Dit is uiteraard prachtig, maar de praktijk wijst vaak uit dat publieke plekken, en daarmee ook de vier Randstedelijke Schouwburgen, om verschillende redenen niet altijd even open zijn als deze definitie doet vermoeden. Hierbij kunnen we allereerst denken aan fysieke belemmeringen. Wanneer een theater weinig is ingericht op rolstoelgebruikers of mensen met een andersoortige fysieke handicap, is het voor het deze bezoekers lastig om het theater te betreden, ook al behoren zij wel tot de groep *all members of the public*. Ook meer sociaaleconomische belemmeringen kunnen een probleem vormen voor het open karakter van de vier Randstedelijke Schouwburgen en het theater in het algemeen. De schouwburgen zijn van oudsher ontmoetingsplekken voor voornamelijk de gegoede burgerij geweest. Ook vandaag de dag is het algemene bezoekersprofiel van de theaterbezoeker nog steeds hoog opgeleid, relatief welvarend en blank. Dit wordt ook erkend door de artistieke directie van de vier Randstedelijke Schouwburgen: zij zien tot hun spijt dat hun schouwburg nog steeds een

³⁹ Ray Oldenburg, 2010. The Character of Third Places. In: *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space*. Ed. Anthony M. Orum & Zachary P. Neal, 40-48. (New York, NY: Routledge): 41.

⁴⁰ Orum en Neal, 1.

relatief blank en elitair bolwerk is.⁴¹ Zij vertellen dat in deze schouwburgen over het algemeen nog steeds een te klein deel van de totale Nederlandse bevolking bereikt wordt, ondanks dat de schouwburg een publieke plek wil zijn die toegang biedt aan *all members of the public*. Deze verstoring in het open karakter kan verschillende oorzaken hebben. Het kan liggen aan de architectuur of vormgeving van een gebouw. Walther van den Heuvel noemt de Rotterdamse Schouwburg een vrij gesloten gebouw⁴², waardoor er echt extra inspanning geleverd moet worden om meer openheid te creëren. Daarnaast kan beperking in de openbaarheid van de schouwburgen plaatsvinden door het idee dat de mensen hebben van de schouwburg als *plek* om te verblijven en zowel kunst als andere mensen te ontmoeten. Ellen Walraven formuleert deze kwestie als volgt:

Het theater heeft iets lastigs. In een voorstelling wordt je namelijk direct geconfronteerd met anderen, ook als je een voorstelling niet begrijpt of er niets aan vindt. Mensen zijn altijd bang dat ze dom zijn. Dat is volgens mij heel confronterend, erger dan bij de bioscoop en de film.⁴³

Een *public space* is *open and accessible*, aldus Orum en Neal, maar wanneer bepaalde groepen mensen uit de samenleving zich op dit moment (nog) niet comfortabel en thuis voelen binnen de muren van de Randstedelijke Schouwburg als *public space*, zien we dat er beperkingen ontstaan in dit open karakter. Om deze beperkingen in het open karakter te reduceren proberen de organisaties van de Randstedelijke Schouwburgen de verbinding tussen de wereld in de theaterzaal en die van de samenleving steviger te maken. De publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen kunnen sleutels zijn om deze verbinding tot stand te brengen; deze ruimtes kunnen ingezet worden om mensen vertrouwer te maken met het gebouw en de mogelijkheden die binnen dit gebouw aanwezig zijn. Zo kan een theatercafé er voor zorgen dat mensen spontaan eens een kopje koffie komen drinken en tegelijkertijd laagdrempelig kennis maken met de programmering van dezelfde maand, omdat er een poster aan de muur hangt. Maar ook kunnen er verschillende programma's in deze ruimtes georganiseerd worden, die onderdeel zijn van een artistiek beleid van de schouwburg, maar tegelijkertijd nieuw publiek binnen kunnen trekken. De publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburg kunnen hierbij dienen als locatie en als inspiratiebron voor dit programma.

2.3 Dramaturgie & Public Space

De publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen kunnen ingezet worden om deze schouwburgen als *plek* toegankelijker te maken voor een groter en veelzijdiger publiek. Vanuit visie

⁴¹ Interviews Ellen Walraven – 02-05-2013, Steven Peters – 16-04-2013.

⁴² Interview Walther van den Heuvel, 26-04-2013.

⁴³ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

en beleid kunnen de organisaties van deze schouwburgen op een effectieve manier deze ruimtes gaan inzetten; een heldere invulling van de *dramaturgie* van de publieke ruimtes is noodzakelijk om deze ruimtes efficiënt te kunnen inzetten. Om te begrijpen hoe een publieke ruimte optimaal werkt, bekijken we wat er geschreven is door wetenschappers over *public space*. De Amerikaanse politicoloog Benjamin Barber schrijft in zijn artikel '*The Art of Public Space*' over de rol die kunstenaars volgens hem moeten spelen in de structurering van een *public space*. Hij pleit: '[we need to] shape [the] space in ways that invoke democracy, attract usage and make it "public" in the deep sense of commonality, interactivity, connectivity and community.'⁴⁴ Kunstenaars zijn volgens Barber degenen die de openbare ruimte zo kunnen structureren dat het gedrag van de bezoekers van deze ruimte gestuurd kan worden, zodat betrokkenheid, creativiteit en vrijheid gestimuleerd worden. Om de publieke ruimte optimaal te kunnen benutten en aan bovenstaande waarden te beantwoorden moet er een constructieve interventie plaats vinden van de openbare ruimte, in plaats van controle en onverschilligheid de boventoon te laten voeren.⁴⁵ Om dit als kunstenaar te bewerkstelligen oppert Barber de volgende aanpak:

[...] it is to envision a space where visitors are encouraged (but not constrained) to move in certain ways, inspired (but not forced) to use the space creatively, pulled (but not pushed) to feel they are helping to shape the space even as they enjoy themselves in it.⁴⁶

Barber noemt deze constructieve interventie, die meer is dan het plaatsen van een sculptuur, het planten van een perkje of het maken van een muurschildering, de *Art of Public Space*.⁴⁷ De 'werkwijze' waar Barber voor pleit, kan ik vergelijken met de manier waarop het concept *dramaturgie* wordt uitgelegd in dit onderzoek. In hoofdstuk één hebben al we gezien dat het voeren van een bepaalde *dramaturgie* betekenissen produceert door het leggen van verbanden en deze te structureren. Dit proces is vooral gelinkt aan structuren en verbanden in een theatervoorstelling, maar is tevens inzetbaar in andere en grotere gebieden. Theaterwetenschapper Jasper Hupkens onderscheidt in zijn afstudeeronderzoek, aan de hand van het werk van dramaturge Marianne van Kerkhoven, twee verschillende concepten van dramaturgie: 'big' and 'small' dramaturgy.

⁴⁴ Benjamin Barber. 2009. The Art of Public Space, The Nation 6: 6

⁴⁵ Ibidem, 6-7.

⁴⁶ Ibidem, 6-7.

⁴⁷ Ibidem, 6.

Small being the dramaturgical work demanded in the production process of a specific performance and big dramaturgy being the plane for reflection on the position of art (the artwork) in the world it's located in.⁴⁸

Uiteraard is dit onderscheid niet zwart-wit; '*small*' en '*big dramaturgies*' beïnvloeden elkaar wederzijds en er vindt overlap plaats. Maar als conceptueel onderscheid is het nuttig om de nadruk te leggen op de specifieke inhoud van een voorstelling enerzijds en de focus van de positie in groter kader anderzijds. In dit onderzoek richt ik mij op dit laatste concept. Het tweede belangrijke kenmerk van *dramaturgie* is de manier waarop het structureren van een logica in relatie staat tot het publiek.⁴⁹ We hebben gezien dat door een ruimte te structureren vanuit een bepaalde dramaturgie er gezorgd wordt voor een specifieke relatie tot het publiek; het zou zelfs dit publiek op een bepaalde manier kunnen aanspreken en sturen. Hier komen we weer terug bij Barber; hij oppert immers dat kunstenaars en hun werk het publiek in de publieke ruimte op een (ongedwongen) manier kunnen aanspreken en sturen. Bezoekers in de openbare ruimte moeten volgens hem geïnspireerd worden, maar nergens toe verplicht. Tevens moeten zij zich tot deze ruimte en de mogelijkheden daarbinnen aangetrokken voelen, maar niet gedwongen. Doordat kunstenaars via een bepaalde *dramaturgie* opereren, kunnen zij de openbare ruimte zo vormgeven dat de al eerder genoemde concepten betrokkenheid, creativiteit en vrijheid gestimuleerd worden. Wanneer we dit vertalen naar de Randstedelijke Schouwburgen, kunnen we zeggen dat vanuit het gedachtegoed van Barber de bezoekers niet het idee moeten krijgen dat ze in een bepaald keurslijf worden gedrukt wanneer zij de publieke ruimtes van deze gebouwen betreden. Zij moeten juist het gevoel hebben dat zij een actief onderdeel zijn van deze ruimte en geprikkeld en uitgedaagd worden om creatief gebruik te maken van deze ruimte. Het is dus zaak om met de invulling van de publieke ruimtes van de schouwburgen, de *dramaturgie*, rekening te houden met deze voorwaarden en vanuit deze visie te werk te gaan. Het is daarin zaak om niet enkel top-down te opereren, bijvoorbeeld dwingend vanuit de organisatie van de schouwburg, maar ook te kijken naar de inbreng van de andere belangrijke partijen waarmee de schouwburgen te maken hebben. Allereerst moet deze ruimte gedeeld worden met het publiek. Zij moeten het gevoel krijgen dat zij mede-eigenaar worden van de ruimte, om zo een interactieve en betrokken *community* te creëren. Zo moeten niet gedwongen worden, maar juist uitgedaagd om mee te helpen deze ruimte vorm te geven.

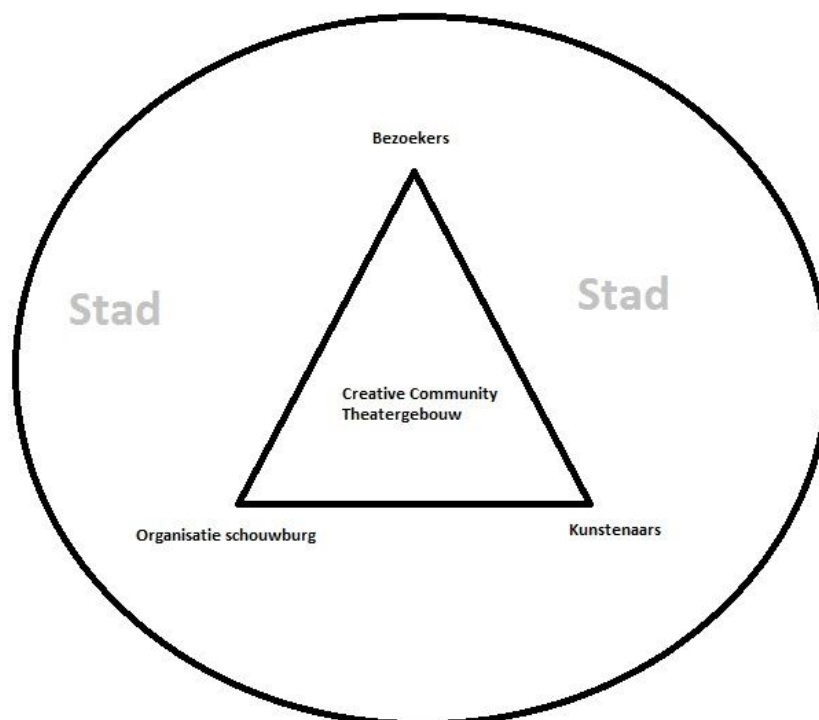
Uiteraard is er nog een derde belangrijke speler aanwezig die van belang is voor het vormgeven van de publieke ruimte van de Randstedelijke Schouwburgen: de kunstenaars (of theatermakers, acteurs, artistieke crew). Zij zijn allereerst aanwezig in de theaterzalen vanwege de voorstelling die

⁴⁸ Barber, 29.

⁴⁹ Bleeker, 166.

zij daar uitvoeren. Daarnaast dienen de publieke ruimtes van de schouwburgen ook als plek waar kunstenaars informeel in contact kunnen komen met elkaar, met de organisatie van de schouwburgen en met de bezoekers. Kunstenaars zijn uiteraard ook vrij om de publieke ruimtes van de schouwburg te verkiezen als plek om te vertoeven 'buiten werktijd'; kunstenaars worden dan bezoekers. Als laatste kunnen zij, met Barber in ons achterhoofd, hun werk verplaatsen naar de publieke ruimtes van de schouwburgen. Op deze manier kunnen zij vanuit hun kunst de publieke ruimte vormgeven en structureren.

Alle drie de spelers zouden idealiter een even belangrijke rol moeten spelen in het vormgeven van de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen, zodat er een inspirerende omgeving ontstaat waarin geen enkele speler zich verplicht of gedwongen voelt, maar dankzij het open karakter van deze ruimtes het gevoel heeft dat hier alle mogelijkheden aanwezig zijn tot creatieve initiatieven op welke manier dan ook. Een doorbreking van het instituut, het top-down management, is hier noodzakelijk. Er moet sprake zijn van een en- en- en situatie: organisatie, kunstenaars en bezoekers zijn geen eilandjes meer, maar zorgen samen voor een vitale, open en creatieve ruimte binnen de Randstedelijke Schouwburgen. Onderstaande figuur dient ter visualisering van dit model.



Figuur 1.1 Voorstelling Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community*

Uiteraard is dit model een ideale weergave van de praktijk en zal niet met een knip van de vinger in de praktijk gebracht kunnen worden. Dit model houdt namelijk geen rekening met een minder

gladgestreken praktijk, waarbij verschillende ideeën en visies over deze publieke ruimte met elkaar in conflict kunnen komen. Als we alleen al kijken naar de bezoekers; dit is geen uniforme groep. Machtsverhoudingen tussen verschillende groepen (zowel binnen de eigen groep als tussen de drie verschillende groepen) zijn niet zomaar uit te wissen. Het behelst echter te veel onderzoek voor deze thesis om op de *dramaturgie* van al deze drie gebieden grondig in te gaan en zo bovenstaand model aan te passen aan een meer realistische situatie. Daarom zal ik mij in dit onderzoek toespitsen op de organisatie van de Randstedelijke Schouwburgen (hoofdstuk vijf); zij zijn immers degenen die een eerste stap kunnen maken in het proces. Ik zal ingaan op de vraag hoe zij hun openbare ruimtes zo kunnen inrichten dat deze mogelijkheid bieden voor creatieve inbreng van alle drie de spelers. Echter, het is wel belangrijk om deze driedeling te maken, aangezien we willen zien welke groepen er belang hebben bij de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen. Daarnaast geeft het ons meer inzicht in de manier waarop *public space* werkt. In de volgende paragraaf zal ik verder in gaan op de manier waarop er door verschillende wetenschappers naar *public space* wordt gekeken en hoe dit zich manifesteert in de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen.

2.4 De maakbaarheid van de Randstedelijke Schouwburg

Zoals we in hoofdstuk drie van dit onderzoek zullen zien, is onder andere sociale interactie en ontmoeting op een fysieke plek van zeer groot belang wanneer het gaat om het tot stand brengen van *Creative Communities*. Dit veronderstelt dat de publieke ruimte zodanig gestructureerd dient te worden dat het deze interactie en ontmoeting ook faciliteert. De publieke ruimte als plek waar deze sociale interactie en ontmoeting plaats kan vinden, is één van de drie perspectieven van waaruit Orum en Neal *public space* onderzoeken en ook een van de drie manieren waarop de publieke ruimte volgens hen kan functioneren. Dit perspectief wordt door de twee wetenschappers *Civic Order* (burgerlijke orde) genoemd en is gebaseerd op de gedachte dat de publieke ruimte maakbaar en geordend is. Sociale interactie en de kwaliteit daarvan binnen deze publieke ruimte is van het grootste belang voor wetenschappers die vanuit dit perspectief de publieke ruimte onderzoeken. Hoe groter de mogelijkheden om zowel vrienden als vreemden te ontmoeten, hoe vitaler, robuuster en rijker het sociale leven van deze *public space* is, volgens Jane Jacobs; bekend journaliste en een van de eerste wetenschappers die vanuit dit perspectief over steden in de twintigste eeuw publiceerde.⁵⁰ Ook Richard Florida laat zich inspireren door Jacobs en kunnen we plaatsen binnen bovengenoemd perspectief. Hoe minder deze mogelijkheden tot sociale ontmoetingen bestaan, concluderen aanhangers van *public place* als *civic order*, en hoe meer deze ontmoetingen uniform in plaats van divers zijn, hoe minder het gevoel van *community*. Een concreet voorbeeld van dit

⁵⁰ Orum en Neal, 18-31.

perspectief is de, al eerder genoemde, zogeheten *third place*. Ray Oldenburg noemt in zijn artikel taveernes, cafés en zelfs koffiehuisen en boekenwinkels als ideale *third places*: deze plekken zijn volgens Oldenburg 'the heart of a community's social vitality,' plekken waar mensen 'hang out simply for the pleasures of good company and lively conversation.'⁵¹ Op deze plekken kunnen wij als mens en burger onze horizon verbreden, nieuwe mensen ontmoeten en praten met personen die anders zijn en die daarom een breder en rijker inzicht kunnen verschaffen over de wereld om ons heen. Kortom: de ideale, niet zichtbaar gestuurde ruimte waarin wij tot niets verplicht zijn maar die wel mogelijkheden biedt tot interactie en vriendschap.

Nu zijn we in dit onderzoek niet enkel op zoek naar de Randstedelijke Schouwburg als plek waar mensen zich kunnen amuseren en elkaar kunnen ontmoeten, alhoewel dit een uitermate geschikte basis is waarop voortgebouwd kan worden. Naast deze prettige en horizon verbredende ontmoeting tussen verschillende groepen individuen, is het tevens noodzakelijk, wil de Randstedelijke Schouwburg plek bieden aan een *Creative Community*, dat er creatieve initiatieven en ontwikkelingen plaatsvinden. Dit kan onder andere bewerkstelligd worden door talentvolle mensen (op welk gebied dan ook) te verzamelen die samen aan het werk gaan; de publieke ruimte zal hier ruimte aan moeten bieden. Een plek die bewust werk, ontmoeting en *community* samenvoegt, is de zogeheten *fourth place*, een begrip dat Florida in *The Daily Beast* van juli 2010 introduceerde:

I defined it as a place where creative workers can go not just to "escape from work but to do some: to check our e-mail, post a tweet, to grab an impromptu meeting... it's ironic but true: it's hard to get any real work done in an office."⁵²

Zoals we ook zullen zien in hoofdstuk vijf van dit onderzoek, zijn de Randstedelijke Schouwburgen in het bezit van een café en/of foyer waar zowel plaats is voor sociale ontmoetingen als ontmoetingen die gerelateerd zijn aan werk. Hierbij kan gedacht worden aan de mogelijkheden die veel theaters tegenwoordig bieden voor zzp-ers; gratis Wi-Fi, lange tafels met ruimte voor meerdere eenpitters en een goede bak koffie.⁵³ Nogmaals, de publieke ruimte als burgerlijke orde is een belangrijk startpunt voor het gedachtegoed van Florida; zijn *Creative Community* valt of staat met de gemeenschapszin die ook Jacobs beschrijft. Het mag daarom duidelijk zijn dat dit perspectief op *public space* zeer van belang is voor het ontwikkelen van een *Creative Community* in de vier Randstedelijke Schouwburgen. Daarnaast is de 'maakbaarheid' die dit perspectief suggereert van belang. Een publieke ruimte kan gevormd worden; er kan orde in de chaos geschept worden. Het volgende citaat

⁵¹ Orum en Neal, 40-48.

⁵² Florida, *The Rise of the Creative Class*, 291-292.

⁵³ Daisy Schalkens. 2013. Theater wordt gratis werkplek. *Eindhovens Dagblad*, 02 april, 31.

benadrukt dat deze vooronderstelling door velen erg serieus genomen wordt: 'Though it would seem that the image of public space as civil order is largely a way of viewing the world, in fact, it also represents a way of designing the world.'⁵⁴ Verschillende 'urban planners' en architecten maken gebruik van wetenschappelijk onderzoek omtrent *public space* als *civic order* en passen publieke ruimtes over de hele wereld hierop aan. Ook Florida's werk is onder andere door meerdere gemeentes in Noord-Amerika opgenomen als plan-van-aanpak.⁵⁵ In dit onderzoek kan het werk van Richard Florida gebruik worden als plan-van-aanpak voor de vier Randstedelijke Schouwburgen. Ondanks dat het perspectief van burgerlijke orde leidend zal zijn in dit onderzoek, wil van de volgende twee deelparagrafen gebruik maken om kort op de andere twee perspectieven op *public space* in te gaan die Orum en Neil in hun boek benoemen. Allereerst doe ik dit omdat het ons een vollediger beeld geeft van de term *public space*; daarnaast geeft het ons de mogelijkheid om met een scherpe en kritische blik het onderzoek te vervolgen.

2.4.1 De Randstedelijke Schouwburg als 'battleground'

Zoals ik al aangaf, hebben we met het model in figuur 1.1. uit paragraaf 2.3 te maken met een ideale situatie van de schouwburg als ontmoetingsplek (en later als *Creative Community*). In dit figuur lijkt de Randstedelijke Schouwburg als *plek* gladgestreken, ordelijk en maakbaar. Deze manier van kijken naar *public space* komt, zoals we gezien hebben, terug in het gedachtegoed van Richard Florida en andere wetenschappers die de publieke ruimte zien als burgerlijke orde. Uiteraard denken zij niet dat elke publieke ruimte op dit moment perfect is, maar zij geloven erin dat er een mogelijkheid bestaat dat deze ruimte te creëren valt. Dit in tegenstelling tot aanhangers van het tweede perspectief dat Orum en Neil benoemen in hun boek: *Public Space as Power and Resistance*. Wetenschappers die dit perspectief in hun werk handhaven richten zich in de eerste plaats op de beschikbaarheid en de opzet van de publieke ruimte. Zij werpen de vraag op hoe beschikbaar en open deze publieke ruimte eigenlijk echt is. De openbare wereld, in de ogen van degenen die het zien op deze manier, is als een slagveld:

The lives of people who live in this world are at the mercy of the major social institutions, in particular those of the corporate world and the state. Such major institutions, it is thought, do not automatically serve the interests of the broad body of citizens but instead relentlessly encroach on them..⁵⁶

⁵⁴ Orum en Neal, 17.

⁵⁵ Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, vii-xix.

⁵⁶ Orum en Neal, 77.

Deze kijk op *public space* geeft een meer 'donkere' variant dan het perspectief van waaruit Jacobs en Florida het begrip bekijken. Volgens de wetenschappers die dit perspectief aanhangen wordt de publieke ruimte met name van bovenaf gecreëerd en bestuurd en is er een constante *battle zone* aanwezig tussen de verschillende actoren die gebruik willen maken van deze ruimte en hem willen toe-eigenen. De publieke ruimte kan daarnaast worden gebruikt om verzet te plegen tegen deze machtsverhoudingen. Dit kan in de vorm van verbaal verzet, bijvoorbeeld botsende meningen die nooit nader tot elkaar groeien, maar kan ook vertaald worden naar fysiek verzet zoals een demonstratie. Dit perspectief kan in verband worden gebracht met de manier waarop Florida tegen leiderschap aankijkt. Hij geeft aan dat, naast weinig ruimte voor ontmoeting en de afwezigheid van diversiteit, ook leiderschap, in zijn geval een stads- of gemeentebestuur, de vitaliteit van een gemeenschap tegen kan gaan. Dit gebeurt wanneer een leider eigenlijk een vermomde *squelcher* (saboteur) is en denkt te weten wat het beste is voor zijn of haar regio en daar koste wat kost aan vasthoudt, zonder te luisteren naar creatieve ideeën van zijn inwoners: 'Squelchers are leaders who use the word "no" a lot and constantly block community energy and initiatives.'⁵⁷ De publieke ruimte kan hier dienen als platform waarin verschillende *actoren* in verzet kunnen komen tegen de heersende orde zoals deze in de openbare ruimte tot uitdrukking komt.

Zoals met figuur 1.1 al is aangegeven, is het van belang dat zowel de organisatie, als de kunstenaars, als ook de bezoekers een even grote rol spelen in de publieke ruimtes van de schouwburgen, om zo het open karakter van deze ruimtes zo groot mogelijk te houden. De publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen zouden ook open kunnen staan voor *power en resistance*, om de verhoudingen tussen deze drie groepen, binnen de groepen zelf, en tussen de groepen als eenheid in de schouwburg en alles daarbuiten, steeds te blijven bevragen en te ontwikkelen. Hierbij kan gedacht worden aan de positie van kunst in de samenleving, maatschappelijk of politiek debat of een protest van een bepaalde vakbond waarvoor de schouwburg haar ruimte beschikbaar stelt. Het feit dat de Randstedelijke Schouwburgen als een ontmoetingsplek functioneren, wil niet zeggen dat dit per se hoeft te gaan om een ontmoeting tussen gelijkgestemden. Er kan een bewuste keuze gemaakt worden om juist botsingen en conflicten zichtbaar te maken; het bereiken van *consensus* en orde is niet langer meer het streven. Sommige wetenschappers pleiten er zelfs voor dat deze *consensus* eigenlijk niet bestaat; dat dit enkel een mooi laagje chroom is over een samenleving die aan elkaar hangt van afspraken en de op dat moment heersende machtsverhoudingen. Ook Belgisch filosoof Chantal Mouffe gelooft niet dat de publieke ruimte een plek is waar men met z'n allen streeft naar het komen tot *consensus* of waar die consensus op rationele wijze bereikt kan worden. In haar artikel *Artistic Activism and Agonistic Spaces* (2007) zegt zij het volgende:

⁵⁷ Richard Florida. *Who's your city? : how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. (New York: Basic Books, 2008): 171.

What is at stake in what I call the ‘agonistic’ struggle, which I see as the core of a vibrant democracy, is the very configuration of power relations around which a given society is structured. It is a struggle between opposing hegemonic projects which can never be reconciled rationally.⁵⁸

De meest belangrijke consequentie van dit *agonistische model* is volgens Mouffe dan ook dat de publieke ruimte zichtbaar wordt als slagveld (*battleground*) waarin verschillende *hegemonieën*, het (rationele) overwicht op een bepaald gebied als politiek, handel of cultuur, met elkaar geconfronteerd worden zonder mogelijkheid tot uiteindelijke verzoening.⁵⁹ Het gaat hier dus niet om een publieke ruimte die je dankzij een bepaalde dramaturgie glad kan strijken, maar een ruimte waarin al die verschillende meningen en ideeën met elkaar in botsing komen. Mouffe bepleit dat kunstenaars degenen zijn die via hun kritische kunst deze *agonistische ruimtes* bloot kunnen leggen. Zij kunnen *dissensus* zichtbaar maken die laat zien dat de *consensus* die we denken te ervaren in de maatschappij of op openbare plekken slechts een hegemonie is van de sterkste macht op dat moment. Het politieke karakter van de kunsten zit hem hierin, dat zij de eigenlijke structuur van publieke ruimtes kunnen tonen en deze op hun beurt kunnen bevragen. We zouden daarom kunnen zeggen dat de Randstedelijke Schouwburgen als publieke plekken, maar ook als platform voor de podiumkunsten, juist dé plekken zijn die deze *dissensus* bloot moeten leggen in plaats van de opgelegde *consensus* te laten zien. We zien dat dit perspectief op de openbare ruimte lijnrecht tegenover het perspectief van Florida staat. Ik zal in de conclusie van dit onderzoek verder ingaan op de gevolgen van deze twee botsende visies.

2.4.2 De Randstedelijke Schouwburg als ‘playground’

In beginsel zijn de Randstedelijke Schouwburgen een *plek* en een *platform* voor theater- en podiumkunsten. Daarnaast fungeren zij ook als een publieke ruimte en een ontmoetings*plek*; een *plek* waar men altijd meer heeft gedaan dan enkel het genieten van kunstuitingen in de theaterzaal. Zo blijven deze kunstuitingen niet beperkt tot slechts de theaterzaal, maar worden ze vaak naar de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen gehaald. Kunst en publieke ruimte komen hier met elkaar in aanraking en beïnvloeden elkaar wederzijds. Om deze werking beter te begrijpen en de mogelijkheden te ontdekken richten we ons tot het derde, en laatste, model dat Orum en Neil hanteren: *Public Space as Art, Theatre, and Performance*. Dit model benadrukt de culturele uitingen en symbolen van een gemeenschap in publieke ruimtes. Vanuit dit perspectief worden de manieren

⁵⁸ Chantal Mouffe, 2007. Artistic Activism and Agonistic Spaces. *Art & Research* 1 (2), 3.

⁵⁹ *Ibidem*, 3.

waarop de cultuur van een gemeenschap of samenleving belichaamd en vertegenwoordigd wordt in een dergelijke ruimte onderzocht. Daarnaast wordt er ingegaan op hoe deze culturele uitingen zelf een manier bieden om de collectieve identiteit van mensen vorm te geven en te tonen. Natuurlijk kunnen we stellen dat het theater *a priori* een plek is die zichzelf totaal openstelt voor dit derde model. Immers, in het theater worden voorstellingen vertoond die de huidige culturele identiteit en die uit het verleden van onze gemeenschap(en) via symbolen en culturele uitingen tot uiting brengen en mede vormen. Iedere burger is welkom om deze uitingen te komen bezoeken, mits hij of zij een kaartje koopt om de zaal binnen te mogen. Toch is er een wezenlijk verschil aan te duiden tussen de manier waarop kunst, theater en performance zich manifesteren in de schouwburgzaal en in de overige publieke ruimtes van een theater, in ons geval de Randstedelijke Schouwburgen. In de schouwburgzaal bevindt de bezoeker zich vaak passief op het rode pluche van de schouwburgstoel. De bezoekers zullen op die manier niet betrokken worden bij de culturele uitingen en symbolen van de gemeenschap die zich op het podium bevindt. Performances en kunstuitingen in de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen bieden vaak meer vrijheid om alle spelers binnen het gebouw mee te laten dingen in de collectieve identiteit. Bezoekers en kunstenaars vormen samen de culturele uitingen van de performance; er vindt een ontmoeting een participatie plaats. De publieke ruimte wordt vanuit dit perspectief op een hele andere manier benadert dan bij de vorige twee perspectieven:

The perspective of public space as art, theatre, and performance thus focuses its attention squarely on the symbolic elements that are performed and enacted by people in the public spaces of cities and towns. Such elements, when seen in terms of the scripts people enact and the performances of those who enact them, reveal much about the cultural templates of people.⁶⁰

Het tonen van kunst of performances in de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen nodigt de aanwezige spelers (kunstenaars, organisatie en bezoekers) daarom op een cultureel niveau uit tot ontmoeting en interactie. Verschillende kunstuitingen en performances in bijvoorbeeld de foyer, het café of in de tuin van de schouwburgen nodigen bezoekers uit om te participeren in en te discussiëren over het werk. Het biedt mogelijkheden tot directe interactie tussen bezoekers, kunstenaars, organisatie en het werk. De gemeenschap breidt zich hierdoor uit; het betreft niet langer meer alleen de kunstenaars, maar iedereen die participeert in de

⁶⁰ Orum en Neal, 144.

performance. De publieke ruimte dient hier als *platform* om deze collectieve culturele identiteitsvorming te bewerkstelligen.

2.5 De geschiedenis van de Randstedelijke Schouwburg als *Public Space*

Om te begrijpen hoe de Randstedelijke Schouwburgen anno nu hun publieke ruimtes kunnen inzetten ten behoeve van het creëren van een *Creative Community*, is het interessant om deze Schouwburgen – en daarnaast het theater als publieke ruimte binnen de samenleving in het algemeen - in een historische context te plaatsen. Allereerst kunnen we dan beter begrijpen wat kenmerkend is voor klassieke theaters met grote zalen, zoals de Randstedelijke Schouwburgen, en vanuit welke historie deze karakteristieken zijn ontstaan. Ten tweede is het van belang om te kijken wat van oorsprong het *kapitaal* van de Randstedelijke Schouwburg is, om zo beter te kunnen begrijpen wat de mogelijkheden zijn voor diezelfde theaters in de eenentwintigste eeuw; in paragraaf 4.3 zal ik deze verbinding leggen.

De vier Randstedelijke Schouwburgen, zoals we ze vandaag de dag kennen, hebben in de afgelopen eeuwen een grote ontwikkeling doorgemaakt. Zowel de fysieke plek, het gebouw en de architectuur, als hun publieke functie binnen de steden zijn met het verstrijken van de jaren herhaaldelijk veranderd. Nu zijn er verschillende wetenschappelijke bronnen in omloop die inzicht bieden in de historische identiteit van Nederlandse schouwburgen en theaters, maar geen enkele is zo volledig als het boek *Theaters in de Nederland sinds de zeventiende eeuw*, geredigeerd door Bob Logger en vier andere leden van de Werkgroep Historie & Theorie van de Stichting OISTAT (Organisation Internationale des Scenographes, Techniciens et Architectes de Théâtre), in samenwerking met het TIN (Theater Instituut Nederland). Dit in 2007 uitgebrachte naslagwerk biedt inzicht in de theaterbouw vanaf de zeventiende eeuw tot en met 2006. Dit hebben zij gedaan door onderzoek te doen dat leidde tot een inventaris en beschrijving van de locaties die vanaf 1600 beroepsmatig bespeeld werden. Daarnaast richtten zij zich op meer inhoudelijke bronnen, om zo ook informatie te kunnen vergaren over de functie van deze theaters in de verschillende periodes vanaf 1600. Het is dankzij deze grote rijkdom aan feitelijke en inhoudelijke informatie dat ik mij in de volgende paragraaf vooral zal richten op deze bron. Ter ondersteuning zal ik mij uiteraard ook wenden tot andere teksten. In de volgende sub paragrafen zal ik uiteenzetten welke plek de vier Randstedelijke Schouwburgen in de Nederlandse samenleving innamen in de zeventiende en achttiende eeuw, de negentiende eeuw, de twintigste eeuw en onze huidige eeuw. In de laatste paragraaf zal ik een onderscheid maken tussen de periode vlak voor de grote economische crisis die is begonnen in pakweg 2008 en de huidige periode: een fase waarin dramaturgisch inhoudelijke, financiële en beleidsveranderingen noodzakelijk zijn voor het voortbestaan van de Randstedelijke Schouwburgen.

In elke paragraaf zal ik mij als vanzelfsprekend richten op de verbinding tussen de historische identiteit van de Randstedelijke Schouwburgen en hun positie als *public space*.

2.5.1 Theaters in Nederland sinds de zeventiende eeuw

De schouwburg die op een vaste plek gelokaliseerd is, zoals we hem heden ten dage kennen, is in ons land een relatief jong verschijnsel.⁶¹ De eerste vaste schouwburg van Nederland werd in 1637 opgericht door de medicus en toneeldichter Samuel Coster (1579-1665) aan de Keizersgracht te Amsterdam. Een aantal decennia later volgde ook Den Haag, toen 'Jan Baptist van Fornenbergh (1624-1697), acteur en leider van een reizende troep, in een complex tussen de Denneweg en de Hooikade in 1660 een theater opende.⁶² Dertig jaar later werd de exploitatie van dit theater overgenomen door de acteur en toneelentrepreneur Jacob van Rijndorp (1663-1720), die in 1705 ook de eerste Schouwburg van Leiden stichtte aan de Oude Vest; op deze plek bevindt de Leidse Schouwburg zich op dit moment nog steeds. Ook in Maastricht ontstond voor een periode van 30 jaar – 1714-1544 – een schouwburg in een omgebouwde kegelzaal; overigens uitsluitend voor Franstalig toneel. Echter, pas vanaf eind achttiende eeuw – waarin de schouwburgen van Rotterdam in 1774 en Utrecht in 1796 opgericht werden - en voornamelijk in de negentiende eeuw kunnen we spreken van een gestage groei van het aantal vaste theaters in ons land.⁶³ Het veel oudere alternatief voor de vaste theaters waren de rondreizende toneeltenten en gezelschappen, die onder andere op zomerkermissen speelden. Ook in de negentiende eeuw, ondanks de opkomst van de verschillende vaste schouwburgen, bleef deze manier van distribueren en uitvoeren erg populair in Nederland. Begin twintigste eeuw kregen deze gezelschappen concurrentie van de reizende bioscoop, waardoor er in cafézaaltjes en voormalige schouwburgtenten afwisselend theater- en filmvoorstellingen werden getoond. Pas na de Tweede Wereldoorlog, toen vele grote én kleinere plekken – denk hierbij aan bijvoorbeeld Cuijk of Tiel – hun eigen vaste theater en bioscopen kregen, werden deze rondreizende toneeltenten opgedoekt.⁶⁴ Omdat de meeste schouwburgen in de zeventiende en achttiende een totaal ander fysieke verschijning hadden dan in de eeuwen daarna is het lastig om deze te vergelijken met de schouwburgen die op een vaste plek binnen een bepaalde stad opereerden. Het theater was er voornamelijk voor vermaak en vast en zeker ook voor het sociale bijeenkomen van groepen mensen. Maar omdat de meeste theaters bestonden uit rondtrekkende tenten, kunnen we nog niet echt spreken van het soort publieke plek die een schouwburg bijvoorbeeld nu inneemt, aangezien de theatertenten vaak samensmolten met de

⁶¹ Logger, 15.

⁶² Ibidem, 17.

⁶³ Ibidem, 17.

⁶⁴ Ibidem, 26.

publieke ruimte van de straat. Pas eind achttiende eeuw en voornamelijk in de negentiende eeuw veranderde de functie van de schouwburg als *plek* binnen de samenleving drastisch.

2.5.2 De positie van de Randstedelijke Schouwburgen in de negentiende eeuw

Zoals we in bovenstaande paragraaf gezien hebben werden er voor aanvang van de negentiende eeuw zeer weinig schouwburgen en theaters gebouwd op een vaste plek. Wel zien we dat de vier casestudies van dit onderzoek voorbeelden waren van de weinige theaters die al vroeg een vaste plek kregen. Eind achttiende eeuw en in de loop van de negentiende eeuw kregen deze theaters een steeds belangrijkere rol binnen de Nederlandse samenleving. In *Theaters in de Nederland sinds de zeventiende eeuw* wordt hierover het volgende gezegd:

Theater was na 1795 uitgegroeid tot een belangrijke vorm van amusement. [...] De invloed van de voorstellingen werd daarbij net zo groot geacht als die van school en kerk. In 1795 was dan wel een eind gekomen aan de zeggenschap die de predikanten hadden over wat er op de plaatselijke podia gebeurde, de angst voor wat er in de theaters allemaal kon worden losgemaakt was daarmee niet weggenomen.⁶⁵

Dat de schouwburgen werden gezien als zeer invloedrijk en een belangrijk onderdeel van de maatschappij vormden, mag aan de hand van bovenstaand citaat als een gegeven worden beschouwd. Naast het feit dat de gegoede burgerij het theater en schouwburgbezoek zag als een middel om de bevolking op te voeden⁶⁶, hadden zij zelf ook behoefte aan een plek buitenshuis waar zij vermaakt en geïnspireerd konden worden. Logger legt uit:

In een boek dat verscheen bij het honderdjarig bestaan van de Stadsschouwburg Groningen, wordt beschreven hoe er aan het eind van de achttiende eeuw bij aanzienlijke families behoefte ontstond om een deel van de vrije tijd buitenshuis te gaan besteden. Daartoe werden er verschillende verenigingen gesticht: uiteraard om beoefening van kunst en wetenschap te stimuleren, maar ongetwijfeld ook om in een informele sfeer de sociale contacten te kunnen aanhalen.⁶⁷

De locaties waar deze verenigingen standhielden werden niet zelden verbouwd tot de eerste schouwburgen die ons land heeft gekend. Aan de hand van bovenstaande citaten wordt duidelijk dat

⁶⁵ Logger, 55.

⁶⁶ Ibidem, 56.

⁶⁷ Ibidem, 45.

het theater als kunstvorm zowel ingezet kon worden ter 'leringh' als ter 'vermaeck'⁶⁸, al naar gelang het doel van de dienstdoende eigenaar. De vaste plek in de stad waar men naar toe kan gaan om zowel vermaakt, geïnspireerd als 'gedoceerd' te worden door deze kunstvorm, zou ontstaan kunnen zijn door de behoefte van welvarende families om buitenshuis hun vrije tijd door te brengen in het gezelschap van andere burgers. Kortom: binnen het bedrijven van het burgerschap vond een verschuiving plaats van private ruimte naar publieke, openbare ruimte.

In de negentiende eeuw werd, zoals het eerste citaat in deze paragraaf al duidelijk maakte, de invloed van het theater gelijkgesteld aan die van school en kerk en had zij relatief weinig concurrentie van andere vrijetijdsbestedingen. De schouwburg was daarom bij uitstek de plek waar burgers elkaar konden ontmoeten, initiatieven rondom wetenschap en kunst konden ontplooiën en discussies tot stand konden brengen over de functie van het theater voor alle lagen van de bevolking. Om duidelijk te maken hoe belangrijk de schouwburg als ontmoetingsplek was, naast het bedrijven of genieten van kunst en theater, kunnen we teruggrijpen naar literatuur uit die tijd. In Couperus' *Eline Vere* (1889) wordt dit belang levendig duidelijk aan de hand van volgend citaat:

Betsy ging alleen naar de opera om te zien en zich te laten zien; zij zou Eline's genot, zo zij hiervan geweten had, kinderachtig hebben gevonden en er de schouders over hebben opgehaald, maar Eline genoot in stilte, omdat zij Betsy's opinie vermoedde, en liet haar zuster dus denken, dat zij eigenlijk geen ander genoegen in de [Koninklijke] schouwburg [Den Haag] smaakte dan, als zij, kennissen te zien en door deze gezien te worden.⁶⁹

De schouwburgen stonden midden in de samenleving en waren onderdeel van de maatschappelijke veranderingen en behoeftes van de burgers.

In 1865 werden de schouwburgen een belangrijk onderdeel van het *beschavingsoffensief* dat door de vereniging Maatschappij tot Nut van het Algemeen werd ondersteund; zij zagen het theater als een middel om een grote bevolkingsgroep te bereiken en op te voeden. Ook de strijd voor vrouwenrechten werd onder andere uitgevochten in de schouwburg, blijkt uit een ingezonden brief uit 1887 aan weekblad *De Amsterdammer*, ondertekend door ene 'Anna'. Zij diende een klacht in tegen het gebod dat pleit om 'dames zonder behoorlijke geleide niet in stalles en loges toe te laten'⁷⁰, ingevoerd door de directie van de Stadsschouwburg Amsterdam. Dit gebod is eigenlijk

⁶⁸ Logger, 50.

⁶⁹ Louis Couperus. *Eline Vere*. Herziene uitgave – Amstel Klassiekers. (Wageningen: Uitgeverij L.J. Veen, 1978): 45.

⁷⁰ Lambiek Berends. *Rozen en Tomaten: De Amsterdamse Schouwburg 1894 - 1994*. (Amsterdam: Stadsuitgeverij Amsterdam, 1994):50.

bedoeld voor onzedelijke dames van lage rang, maar was ongewild ook van toepassing op de dames uit de gegoede of deftige stand.

Het feit dat de schouwburgen een belangrijke rol speelde op verschillende niveaus binnen de stad en maatschappij, was niet aan de architectuur af te zien. De schouwburgen en theaters die gebouwd werden eind achttiende eeuw, begin negentiende eeuw, bevatten niets van de grandeur die de hoftheaters in omliggende landen hadden. Verwonderlijk was dit niet, gezien dat de meeste theaters meestal verbouwde kloosters, paardenstallen of kaatsbanen waren. Als vanzelfsprekend liet ook het interieur soms te wensen over; hier werd pas echt rekening mee gehouden sinds de twintigste eeuw, toen theatermakers en theaterexploitanten in overleg gingen over de bouw van de zalen.⁷¹ Ondanks deze architectonische gebreken konden de schouwburgen dus wel prima dienstdoen als ontmoetingsruimtes voor de gegoede burgerij en in mindere mate de armere klassen, waar kunst en wetenschap ingezet konden worden op verschillende vlakken.⁷² Uit het feit dat vrijwel alle schouwburgen die in die tijd gebouwd zijn dankzij burgerinitiatieven tot stand zijn gekomen, blijkt wel hoe hoog het belang van deze schouwburgen werd geacht.

De al bestaande schouwburgen en het productie- en distributiesysteem van de negentiende eeuw, worden in de eerste helft van de twintigste eeuw vrijwel in hun geheel gehandhaafd. In de crisisjaren vlak voor de Tweede Wereldoorlog wordt slechts één nieuwe schouwburg gebouwd: de Stadsschouwburg Utrecht aan het Lucasbolwerk. Pas in de eerste jaren na de Tweede Wereldoorlog verandert het Nederlandse theaterlandschap drastisch, mede dankzij het in 1947 door de overheid ingevoerde *toneelbestel*.⁷³

2.5.3 De positie van de Randstedelijke Schouwburgen in de twintigste eeuw

Dankzij de industriële revolutie, die in Nederland echt voet aan de grond kreeg tussen 1850 en 1890, ontstond eind negentiende eeuw en begin twintigste eeuw een opkomende rijkdom voor een groot deel van Nederlandse burgers. Er ontstond een middenklasse die zich nu ook steeds meer konden richten op zaken als vermaak buitenshuis; een privilege die daarvoor was voorbehouden tot de gegoede burgerij. Hierdoor nam de theaterbouw eind negentiende eeuw een enorme vlucht. Echter, in de twintigste eeuw moesten het theater en haar sterke positie in de Nederlandse samenleving langzaam plaatsmaken voor de steeds sterker wordende gemedialiseerde wereld. In het begin van de twintigste eeuw werd de opkomende filmindustrie een geduchte concurrent, evenals de radio. Na de Tweede Wereldoorlog, in de jaren '50, kwam hier ook nog eens de televisie bij. In eerste instantie werd dit medium nog ingezet als publiek vermaak buitenshuis, aangezien er vaak maar een

⁷¹ Logger, 9.

⁷² Ibidem, 57-58.

⁷³ Ibidem, 68. / Hans van Maanen. *Het Nederlandse toneelbestel van 1945 tot 1995*. (Amsterdam: Amsterdam University Press, 1997).

enkeling in de straat of wijk in het bezit was van een televisietoestel. Toen in de jaren '60 de aanschaf van een toestel voor de meeste Nederlanders een realiteit werd, veranderde dit medium in een privé-activiteit; er werd met het eigen gezin en de eigen vriendenkring binnen de kaders van de eigen woonkamer gekeken. Met de komst van de televisie namen verschillende andere, al bestaande, media een enorme vlucht. De informatieverschaffing via de pers, die al een aantal eeuwen bestond en sinds de gemechaniseerde boekdrukkunst uit eind negentiende eeuw al een massamedium geworden was, vond nu ook via televisie zijn weg in alle Nederlandse huiskamers. Daarnaast kregen reclamemakers dankzij televisie een zeer belangrijk medium cadeau, waardoor ook de *propaganda van de consumptiemaatschappij* zijn weg kon vervolgen en verbreden.⁷⁴ Een aantal decennia later, eind jaren '90, ontstond er een medium dat onze informatiegerichte maatschappij tot een gigantisch hoogtepunt bracht: het Internet. Naast alle ontwikkelingen van de voornamelijk *passieve* media van de twintigste eeuw, was hier een nieuwe ontwikkeling die de Nederlandse burger volop mogelijkheden bood om te participeren in een wereldwijd netwerk waarin informatiestromen en amusement vrij toegankelijk en voor iedereen verkrijgbaar waren. Met de komst van *social media*, met als de bekendste Facebook en Twitter, ontstond er een geheel nieuwe vorm van *public space*; een die niet fysiek aanwezig is in onze samenleving, maar als digitale ontmoetingsruimte kan fungeren.⁷⁵ Kortom: de schouwburg als een van de belangrijkste ontmoetingsplekken in de negentiende eeuw, dé plek voor het nuttigen van informatie, amusement, kunst en debat, kreeg in de twintigste eeuw onnoemelijke concurrentie van alle andere ontstane media.

Terwijl burgers in de loop van de twintigste eeuw hun heil op vele verschillende plekken konden en gingen zoeken, en daarmee duidelijk werd dat het theater zijn plek en functie in de stad langzaam in negatieve zin zag veranderen, werd er in de jaren na de Tweede Wereldoorlog juist vanuit de overheid meer en meer waarde gehecht aan het theater en haar rol in het culturele leven van de Nederlandse burger. Dit uitte zich vlak na de oorlog, vanaf 1947, in het ontstaan van het eerste kunstbestel. De overheid startte een subsidiesysteem, waardoor theatergezelschappen meer vrijheid kregen in het maken van hun voorstellingen en werd het mogelijk dat burgers in hun eigen stad of dorp van alle mogelijke kunstuitingen worden voorzien.⁷⁶ Met de jaren kreeg het bestel een steeds vastere vorm; halverwege de jaren '60 kreeg het bestel pas echt vorm onder leiding van de toenmalige minister van cultuur, Marga Klompé. Ook werden theaters, die in de jaren zestig of later

⁷⁴ Lyn Gorman en David McLean. *Media and society into the 21st century: A historical introduction*. (Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons, 2009).

⁷⁵ Orum and Neal, 205.

⁷⁶ Logger, 68.

gebouwd worden, geheel betaald vanuit overheidsgeld. Logger legt uit daar hier een bepaalde visie aan vooraf ging:

Het is niet meer een machtige rijke burger die bepaalt wat voor theater er nodig is in de stad, het zijn vanaf nu de gemeenten die het initiatief nemen een theater te bouwen. De behoefte aan nieuwe schouwburgen in Nederland komt dus voort uit de opvatting dat theater overal en voor iedereen toegankelijk moet zijn. Het theater moet een plaats worden waar men elkaar kan ontmoeten, waardoor de sociale status verder naar boven wordt gehaald.⁷⁷

In de negentiende eeuw hadden de schouwburgen deze functie, men wilde hier blijkbaar naar terug. Mede vanwege de grote concurrentie die theaters hadden gekregen van andere amusements- en kunstvormen, maar ook van het steeds groter wordende aanbod aan cafés, restaurants en andere *Third Places*, werd het nodig dat de overheid ingreep om dit weer te kunnen bewerkstelligen. Er moest echter wel op een andere manier ingezet worden dan gewoon maar de geschiedenis te herhalen, omdat de tijden veranderd waren. Men was er namelijk van overtuigd, ook dankzij de vrijetijdsbesteding van de burgers die met rasse schreden vergroot zou worden, dat dit met enkel theater niet te bereiken zou zijn.

Professor of Arts and Society & Theatre Studies Hans van Maanen, die in zijn boek *Het Nederlandse toneelbestel van 1945 tot 1995* uitgebreid ingaat op vijftig jaar Nederlands toneelbestel, legt uit:

[...] Zowel bij de Rijkscommissie, als bij een groot aantal gemeenten groeide de overtuiging dat er 'multifunctionele centra' gebouwd zouden moeten worden, waar mensen elkaar op verschillende wijzen en met verschillende doelen zouden kunnen ontmoeten. Zelfs enkele vóór 1960 voltooide projecten krijgen al de naam van Cultureel Centrum mee – Cuijk, Drachten, Oostburg – maar in de lijst van accommodaties die na 1966 zijn gebouwd, komt de naam die Vondel in 1638 aan het theatergebouw gaf, nog maar zelden voor; culturele centra, sociaal culturele centra en gemeenschapscentra hebben de plaats van de schouwburg ingenomen en de bestaande schouwburgen trachten zichzelf in deze periode 'om te bouwen' tot vergelijkbare instellingen door rekvisietenruimtes en foyers tot kleine zalen te promoveren.⁷⁸

⁷⁷ Logger, 68.

⁷⁸ van Maanen, 102.

Naast de ontwikkelingen van deze grotere *cultiplexen*⁷⁹ ontstond er vanuit theatermakers en het theaterpubliek een onvrede over het weinig experimentele karakter van het reguliere theater. Eind jaren zestig ontketent zich Aktie Tوماat: de grote gezelschappen worden door studenten via fikse discussies aangesproken op hun vastgeroeste ideeën die losstaan van de maatschappij. Deze drie maanden durende actie is de aanloop naar het ontstaan van de vele vlakkevloertheaters en daarmee de opkomst van het experimentele theater in de jaren zeventig en tachtig.⁸⁰ Duidelijk wordt dat de schouwburgen die gebouwd zijn voor de negentiende eeuw, waaronder de Randstedelijke Schouwburgen, niet alleen concurrentie kregen van andere kunst- en amusementsvormen waar burgers hun vrije tijd konden besteden, maar dat zij ook flink aan positie en publiek moesten inleveren aan zowel de vlakkevloertheaters en hun experimentele theater in eigen stad, als aan de culturele centra in alle randgemeenten en kleinere steden in de buurt.

Onder invloed van dit veranderende theaterlandschap, worden er vanaf halverwege de jaren negentig nieuwe schouwburgen gebouwd en oude schouwburgen verbouwd om zo mee te kunnen met de eisen die zowel de huidige theatermakers als het publiek aan het gebouw stelt. De nieuwe schouwburgen worden niet meer gecombineerd met andere culturele of recreatieve bezigheden, maar kenmerken zich door theatrale multifunctionaliteit. Zij zijn geschikt voor zowel dans, toneel als opera.⁸¹ De al bestaande schouwburgen, waaronder alle vier de Randstedelijke Schouwburgen, besluiten door de gunstige economische omstandigheden verschillende facetten van hun gebouw te verbouwen, om op deze manier mee te kunnen met de snelle ontwikkelingen van de afgelopen decennia. Er worden kleine zalen aangebouwd, foyers worden opengebrouwen, er wordt nagedacht over de functionaliteit van een café en/of restaurant en er worden allerhande aanpassingen gemaakt in de theaterzalen en bijbehorende ruimtes en faciliteiten zoals kleedkamers, laad- en lossystemen, kantoren en technische mogelijkheden.

2.6 Van ontmoetingsplek naar *Creative Community*

In dit hoofdstuk is onderzocht wat voor soort *plek* de Randstedelijke Schouwburgen zijn en hoe deze *plek* zich vanaf het moment van ontstaan heeft ontwikkeld. We hebben gezien dat deze theaters op verschillende niveaus opereren: als vertoningsruimte voor theatermakers, als bedrijf (zowel eigen organisatie als gastbedrijven) en als plek waar bezoekers kunnen genieten van het theater in de zalen. Daarnaast kunnen de publieke ruimtes van deze vier schouwburgen dienen als ontmoetingsplek. Deze functie, waarin ontmoeting en interactie centraal staat, kan vanuit

⁷⁹ Voor verdere informatie over deze term, zie de publicatie van: Marieke Hogendorf. *Het Cultiplex: Theater van de toekomst? Een onderzoek naar de succesfactoren van het cultiplex, aan de hand van een casestudy bij De Verkadefabriek in Den Bosch*. (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2007).

⁸⁰ Logger, 70-74.

⁸¹ Ibidem, 79.

verschillende invalshoeken bekeken worden. Zoals we gezien hebben kies ik in deze thesis voor de notie van de publieke ruimte als *civic order*; de publieke ruimte die door middel van een bepaalde logica, of *dramaturgie*, gevormd kan worden ten behoeve van de kwaliteit van ontmoeting en interactie. Ondanks dat ik in dit onderzoek de duidelijk beargumenteerde keuze maak om vanuit dit perspectief naar de Randstedelijke Schouwburg als ontmoetingsplek te kijken, betekent dit niet dat dit de enige manier is; dat hebben we al eerder in dit hoofdstuk gezien. In de conclusie van dit onderzoek zal ik (onder andere) verder ingaan op de consequenties van deze keuze en zal ik terugrijpen naar de twee perspectieven die ik in paragraaf 2.4 heb besproken. In de komende drie hoofdstukken zal ik echter in de lijn van Florida blijven en mijn aandacht vestigen op de publieke ruimte als burgerlijke orde. Een dergelijke plek vormt voor Florida de basis van waaruit een *Creative Community* gebouwd kan worden. Echter, sociale interactie of ontmoeting alleen, van welke kwaliteit dan ook, is niet genoeg om deze *Creative Community* tot stand te brengen. In dit hoofdstuk heb ik al gewezen op de zogenaamde *fourth place*, een combinatie tussen ontmoeting en werken, waarbij talentontwikkeling een belangrijke rol speelt. Deze stap van *third* naar *fourth place* betekent dat de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen plekken worden waar de mogelijkheid gecreëerd is om ontmoeting en interactie om te zetten in *creativiteit*. Samen met kennis en informatie zorgt deze *creativiteit* voor de *tools* die weer kunnen leiden tot ontwikkelen van innovatie.⁸² Innovatie als product van *creativiteit*, of het nou in de vorm is van een creatief product, een nieuwe werkmethode of een nieuw technologisch ontwerp is, kan dienen als voedingsbodem voor economische groei. In het volgende hoofdstuk zal ik verder ingaan op de aanvullende voorwaarden die in de Randstedelijke Schouwburg als *public space* en *fourth place* nodig zijn om een *Creative Community* te kunnen ontwikkelen.

⁸² Florida, *The Rise of the Creative Class*, 30.

3. De Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community*

3.1 Inleiding

Zoals we in hoofdstuk één hebben gelezen, is het doel van deze scriptie te onderzoeken op welke manier de Randstedelijke Schouwburgen hun publieke ruimtes (kunnen) inzetten om een *Creative Community* te vormen en zo een breder draagvlak te creëren bij de omgeving, zonder dat de artistieke waarde en identiteit van deze theaters verloren gaan. In dit onderzoek pleit ik voor een herinrichting van de Randstedelijke Schouwburg als *plek* vanuit een specifieke *dramaturgie* die naast het artistieke belang van deze herinrichting belang hecht aan het sociale en economische belang. In het vorige hoofdstuk hebben we gezien hoe de Randstedelijke Schouwburgen fungeren als *ontmoetingsplekken*, dankzij de publieke functie die (sommige van) hun ruimtes hebben. In dit hoofdstuk zullen we een stap verder gaan. Ik pleit ervoor dat de herinrichting van Randstedelijke Schouwburg als ontmoetings*plek* erop gericht moet zijn om een economische meerwaarde te creëren, al stel ik tegelijkertijd dat deze herinrichting van de Randstedelijke Schouwburg vanuit artistieke oogpunt geïnitieerd en benaderd dient te worden. Omdat andere inkomstenbronnen wegvallen, bijvoorbeeld de subsidies vanuit de gemeente of het Rijk, is het van belang dat theaters zich oriënteren op andere manieren om economisch kapitaal te vergaren. Er zijn uiteraard verschillende mogelijkheden om dit te doen; echter, in dit onderzoek pleit ik voor het gebruik van de Randstedelijke Schouwburg als *plek* voor het ontwikkelen van een *Creative Community*. Deze term ontleen ik aan het werk van de Amerikaanse socioloog Richard Florida, die in zijn boek *The Rise of the Creative Class* uitgebreid ingaat op de wijze waarop de *Creative Class* de motor is voor de economische welvaart van de steden waarin zij leven en werken. Florida is niet de enige die zich bezighoudt met het begrip *creativiteit* in combinatie met *plek* en de huidige kenniseconomie. De Europese Charles Landry, Master of International Urban Creativity, schreef in 2008 ook over de *The Creative City*; zij onderzoek gericht op zowel Europa als Azië. Dit gedachtegoed is niet alleen beperkt gebleven tot *urban scholars*, ook in de kunst- en cultuurwetenschappen heeft adaptatie van deze theorieën plaatsgevonden. Een goed voorbeeld hiervan is de bundel *Boekman 93: Creatieve Industrie* (winter 2012), waarin ook Richard Florida wordt aangehaald als sleutelfiguur. Omdat Richard Florida in 2012 een totaal herziene uitgave heeft uitgebracht van *The Rise of the Creative Class* en daardoor actuele problemen en inzichten heeft kunnen beschrijven, zal ik voornamelijk gebruik maken van zijn actuele inbreng in de discussie rondom *creativiteit*, *plek* en kenniseconomie. Florida's inbreng in dit discours is dermate uitgebreid en accuraat, dat deze kan dienen als solide

basis voor dit onderzoek. Theorieën van andere wetenschappers over dit onderwerp dienen ter ondersteuning.

In de volgende paragrafen zal ik opeenvolgend de begrippen *Creative Class* (3.2) en *Creative Community* (3.3) uitleggen en hoe deze kunnen bijdragen aan economische groei. In paragraaf 3.4 zal ik ingaan op de voorwaarden (de 3T's) die nodig zijn voor het ontstaan van deze *Creative Community*, om vervolgens te kunnen onderzoeken in hoeverre de Randstedelijke Schouwburgen potentie hebben om de *Creative Class* te faciliteren (paragraaf 3.5 en hoofdstuk vier).

3.2 De *Creative Class*; economische motor binnen en buiten de Randstedelijke Schouwburg

De drie belangrijkste spelers in het dagelijkse 'gebruik' van de Randstedelijke Schouwburgen zijn, zoals we in vorig hoofdstuk hebben bepaald, de organisatie (en gastorganisaties), de kunstenaars en theatermakers en als laatste de bezoekers. De Randstedelijke Schouwburgen zijn onderdeel van het Nederlandse culturele veld; een veld waarin onder andere schrijvers, modeontwerpers, grafisch ontwerpers, musici, acteurs, componisten, schilders, beeldhouwers, fotografen, dansers, regisseurs en artiesten werkzaam zijn. Stuk voor stuk beroepen waarbij creativiteit de belangrijkste grondstof is van hun werk. Richard Florida noemt deze beroepsgroep de *Creative Class*. Zijn definitie van deze groep is gestoeld op de creativiteit die ten grondslag ligt aan de ambachten die zij uitvoeren. Het is daarom dat niet alleen beroepen in de culturele sector onder deze noemer vallen, aldus Florida, maar ook beroepen in andere sectoren waar creativiteit de motor is: onder andere ICT-ers, wiskundigen, architecten, ingenieurs, medici, sociale wetenschappers en onderwijzers. Zo komt hij tot een categorie waaronder maar liefst 30% van de Amerikaanse beroepsbevolking valt.⁸³ Amsterdam behaalt samen met Stockholm het hoogste percentage van alle Europese steden, namelijk 46%.⁸⁴ Helaas zijn er van de andere drie steden in de Randstad – Rotterdam, Utrecht en Den Haag – geen harde cijfers bekend. In zijn grootste en bekendste werk *The Rise of the Creative Class* (2012) houdt Florida zich bezig met de positie en het belang van deze zogeheten *Creative Class* in stedelijke ontwikkeling in Noord-Amerika en Europa.

Florida onderscheidt nog twee andere beroepsgroepen: de *Service Class* en de *Working Class*. De *Service Class* is met zijn 47% van de totale bevolkingsgroep van Noord-Amerika de grootste klasse van allemaal en betreft 'low-end, typically low-wage and low-autonomy occupations such as: food-service workers, janitors and groundskeepers, personal care attendants, secretaries and clerical workers, and security guards, among many others.'⁸⁵ Als laatste onderscheidt Florida de *Working Class*, ruwweg 20% van de Noord-Amerikaanse beroepsbevolking en als enige van de drie klassen

⁸³ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 38-39.

⁸⁴ Ibidem, 270.

⁸⁵ Ibidem, 46.

een slinkende groep. Wanneer we het hebben over deze groep, kunnen we denken aan werkzaamheden en werkers in 'production operations, transportation and materials moving, repair and maintenance, and construction work.'⁸⁶ Waar leden van de *Working Class* voornamelijk werken met hun lichaam, werkt de *Creative Class* voornamelijk met hun hoofd (nog specifiek: met hun creativiteit). Zoals we in de inleiding van deze thesis al hebben gelezen heeft Nederland een *Creative Class* die 46,2% van de gehele beroepsbevolking betreft, daarmee het tweede land van de wereld met de grootste *Creative Class*. Het percentage *Service Class* en *Working Class* van Nederland is mij helaas niet bekend. Ondanks dat de *Creative Class* in Amerika niet de grootste groep is (in Nederland dus ondertussen al wel), wijzen door Florida onderzochte cijfers uit dat deze beroepsgroep wel degelijk de grootste productiviteit en daarmee economische groei veroorzaakt binnen Amerikaanse (en Europese) steden. Ook zijn hun salarissen gemiddeld significant hoger dan die van *Service Class* en *Working Class*.⁸⁷ Het innovatieve en productieve potentieel van de creatieve mens is volgens Florida onze meest waardevolle economische bron. Waar dit staal, steenkool en gas was in het industriële tijdperk, is dit in onze huidige kenniseconomie de menselijke creativiteit.⁸⁸

Florida wijst erop dat de *Creative Class* een groot arbeidsethos in zich heeft en werken als levensdoel stelt. Daarnaast houden ze er een levensstijl op na die gericht is op genot.⁸⁹ Dit zijn redenen waarom deze groep zich niet (alleen) laat leiden door baanmogelijkheden in hun keuze waar te wonen, maar door andere specifieke woonpreferenties zoals een historisch karakter en een groot gevarieerd cultureel en culinair aanbod⁹⁰. Daarnaast heeft ook het nachtleven een grote aantrekkingskracht op deze *Creative Class*, de motor achter de huidige kennisgebaseerde en creatieve economie. Met nachtleven doelt Florida op 'all entertainment activities that happen after dark.'⁹¹ De hoogst gewaardeerde uitgaansgelegenheden door de *Creative Class* zijn het theater, muziekpodia en *late-night dining*, gevolgd door kleine jazz- en muziekclubs en coffeeshops.⁹² Een plek waar men te allen tijde kan genieten van een (voornamelijk kleinschalig) cultureel aanbod is een van de grootste trekpleisters voor de *Creative Class*, vanwege de flexibele werktijden waarmee velen te 'kampen' hebben. Oftewel, een *Creative Class member* moet een toerist kunnen zijn in eigen stad. John M. Eger, directeur van het Internationale Centrum voor Communicatie aan de San Diego State University, pleit er dan ook voor dat steden en gemeentes bewust investeren in kunst en cultuur om zo tot de koplopers te kunnen behoren van plekken die de uitdagingen van onze snel evaluerende en

⁸⁶ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 48.

⁸⁷ Ibidem, 42.

⁸⁸ Ibidem, 384-385.

⁸⁹ Sandy Pieterse. *De programmeur mag kiezen: Een onderzoek naar de keuzeproblematiek van de randstedelijke schouwburgprogrammeur*. (Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, 2011): 15.

⁹⁰ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 289.

⁹¹ Ibidem, 289.

⁹² Ibidem, 289.

op kennis gebaseerde economie en maatschappij kunnen bijbenen.⁹³ Het laatste belangrijke criterium dat Florida hanteert, waardoor een plek of een stad aangeduid kan worden als a *place that gets it*⁹⁴, is de aanwezigheid van diversiteit en verschillende *scenes* in een stad. Deze *scenes* hebben niet alleen te maken met uitgaan en plezier maken, maar ook met werk – verbindingen aangaan, van elkaar leren, netwerken en het opbouwen van een carrière. *Scenes* zijn plaatsen waar ervaringen worden opgedaan en genoten, niet alleen op economisch gebied maar ook op sociaal, psychologisch en creatief gebied.⁹⁵ Gebaseerd op interviews en focusgroepen, constateert Florida de volgende drie waarden die vertegenwoordigd worden door de leden van de *Creative Class: Individuality, Meritocracy* en *Diversity and Openness*.⁹⁶ De plekken waar leden van de *Creative Class* zich ophouden en die deze waarden vertegenwoordigen zijn interessante plekken voor bedrijven om zich te vestigen, aldus Florida. Immers, wanneer een bedrijf zich vestigt in een plaats waar een grote populatie *Creative Class*-leden woont, kan deze uit een grote bron van talent en vaardigheden putten. Waar de *Creative Class* samenkomt, ontstaat een broedplaats van creatieve en innovatieve ideeën en ontwikkelingen die in combinatie met deze bedrijven uiteindelijk zal resulteren in economische groei.

Na dit allemaal gezegd te hebben wordt het tijd om de Randstedelijke Schouwburgen in dit geheel te plaatsen. Een groot deel van de spelers in deze theaters, de kunstenaars en theatermakers, zijn onderdeel van wat Florida noemt de *Super-Creative Core of the Creative Class*, welke hij als volgt definieert: de hoogste orde van creatief werk waarin het produceren van nieuwe vormen of ontwerpen die gemakkelijk overdraagbaar zijn en op grote schaal bruikbaar zijn van belang is en waarbij probleemoplossing maar ook het *vinden* van problemen prioriteit heeft.⁹⁷ Het is bijna als vanzelfsprekend dat kunstenaars en theatermakers onder deze noemer vallen; zij behoren bij uitstek tot de beroepsgroep die kwesties aan de tand kan voelen door deze binnenstebuiten te keren en vanuit een creatief perspectief te belichten. De Randstedelijke Schouwburg biedt een platform en een plek om dit soort creatief werk tentoon te stellen en in contact te brengen met publiek. Na deze kerngroep omvat de *Creative Class* ook de zogeheten *creative professionals*, mensen die werken in een breed scala van kennisintensieve industrieën.⁹⁸ Zowel de (gast)organisatie(s) van de Randstedelijke Schouwburgen, als het overgrote deel van de huidige bezoekers van deze theaters vallen onder deze subgroep van de *Creative Class*. Dit weten we dankzij de verschillende

⁹³ Eger, 18.

⁹⁴ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 289.

⁹⁵ Ibidem, 297.

⁹⁶ Ibidem, 56-59.

⁹⁷ Ibidem, 38-39.

⁹⁸ Ibidem, 38-39.

onderzoeken naar bezoekersprofielen die gedaan zijn door de schouwburgen.⁹⁹ Daarnaast hebben we gezien dat juist deze culturele plekken en een grote diversiteit daarin een gigantische aantrekkingskracht hebben op juist deze *Creative Class*. Zoals we in paragraaf 3.6 zullen zien, hebben zowel Amsterdam als Den Haag, Rotterdam en Utrecht een groot en divers cultureel leven; één van de voorwaarden die de *Creative Class* hanteert bij het kiezen van zijn verblijfplaats. De *Creative Class* weet de Randstedelijke Schouwburg dus tot op zekere hoogte al te vinden als ontmoetingsplek waar zij naast geamuseerd, geïnspireerd en uitgedaagd kunnen worden door een theaterstuk, ook kunnen verblijven omdat hun waarden en normen aansluiten bij deze plek. Zoals we al gezien hebben zijn deze *creatives*, volgens Florida op zoek naar hoogwaardige (culturele) voorzieningen en ervaringen, openheid voor diversiteit, en bovenal de mogelijkheid om hun identiteit als creatieve mensen te doen gelden.¹⁰⁰ De samenkomst van de *Creative Class* heeft een plek nodig waarin al deze waarden vertegenwoordigd zijn. Dit kan een stad zijn, zoals Florida beargumenteert, maar dit kan op een ander niveau ook een plek zijn binnen deze stad, zoals de in dit onderzoek geopperde Randstedelijke Schouwburgen. Een plek die kan dienen als platform, maar ook als initiator voor creatieve ontwikkelingen: een *Creative Community*. Volgens Florida mist de *Creative Class*, ondanks zijn belangrijke economische functie, gemeenschapszin. Deze klasse is zichzelf er niet van bewust dat zij een zeer belangrijke en invloedrijke groep kan vormen.¹⁰¹ Een bruikbare en inspirerende plek bieden aan deze groep zou volgens Florida, en volgens mij, het bewustzijn binnen deze groep sterker maken. In de volgende paragraaf zal ik verder ingaan op het belang van plaats en het begrip *Creative Community*.

3.3 De *Creative Community*; Het belang van plaats

In zijn boek *The Rise of the Creative Class* definieert Florida het begrip *Creative Community* als volgt: 'A place that enables us to reflect and reinforce our identities as creative people, pursuing the kind of work we choose and having ready access to a wide range of lifestyle amenities.'¹⁰²

Eger voegt hier aan toe dat een *Creative Community* een gemeenschap is die de vitale verbanden tussen kunst, cultuur en commercie exploiteert in onze op kennis gebaseerde economie en maatschappij.¹⁰³ Een *Creative Community* moet, zoals we gezien hebben in voorgaande paragraaf, een plek zijn die open van karakter is om mensen met verschillende levensstijlen bij elkaar te brengen en *open-to-experience* individuen aan te trekken, met als gemeenschappelijke deler en basis de menselijke creativiteit. Door de *Creative Class* een plek te bieden waar zij samen kan komen

⁹⁹ Beleidsdocumenten Randstedelijke Schouwburgen.

¹⁰⁰ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 186.

¹⁰¹ Ibidem, 383-400.

¹⁰² Ibidem, 15.

¹⁰³ Eger, 18.

en de leden elkaar kunnen ontmoeten en samen kunnen werken, kan er gemeenschapszin gecreëerd worden; iets wat volgens Florida nog te weinig leeft in het bewustzijn van deze beroepsgroep. Met *plek* doelt Florida, gelijk aan andere *urban scholars* zoals Landry, op een fysieke *plek*, waarin mensen fysiek aanwezig zijn, daadwerkelijk wonen en/of werken en op die manier lijfelijk bij elkaar zijn of snel dicht bij elkaar te brengen zijn; een interessant en opvallend gegeven in een tijd waarin alles online lijkt te gebeuren en veel wetenschappers hebben geroepen dat dankzij de komst van het World Wide Web een fysieke *plek* niet meer belangrijk is. Het is daarom belangrijk om te onderzoeken waarom het, volgens Florida en zijn collega's, wel degelijk van belang is dat er een fysieke plek ten grondslag ligt aan een *Creative Community, City of Economy*.

'Het internet vormt, meer dan voor enige generatie voor ons, een vanzelfsprekend onderdeel van het 'echte' leven - of beter gezegd: dat laatste is eerder een kortstondige onderbreking van het online bestaan.'¹⁰⁴ Filosoof Koen Damhuis (1987) noemt het internet een *tweede huis* en dat het permanent bewonen van dit verblijf vrijwel reëel is geworden dankzij smartphones en tablets. Damhuis is zeker niet de enige die de immense invloed van het World Wide Web, *social media* en de globalisering die daarmee gepaard gaat als zeer ingrijpend in onze samenleving en de structuren daarvan acht. Vooral in het laatste decennium van de vorige eeuw benadrukten veel wetenschappers en wetenschappelijke tijdschriften de "end of place" en "geography is dead" (Thomas Friedman), aangezien verbinding met het internet zou betekenen dat men overal ter wereld alles zou kunnen doen zodra de mogelijkheid tot online zijn voorhanden is.¹⁰⁵ Waar men woont of waar men werkt zou niet meer uitmaken; een hutje midden in de toendra van Rusland zou even functioneel kunnen zijn als een appartement midden in het centrum van New York. Dit betekende ook dat een fysieke samenkomst van mensen niet meer nodig zou zijn. Immers, online zou alles geregeld kunnen worden en dankzij onze steeds individualistischer wordende maatschappij leek dit in het straatje van het hedendaagse mensbeeld te passen. Echter, enkele jaren later kwamen op deze "end of place" theorieën steeds meer tegengeluiden vanuit zowel de wetenschap en het bedrijfsleven, als uit de samenleving zelf. Mensen komen samen om ter plekke kapotte spullen te repareren en zo tegelijkertijd nieuwe mensen te ontmoeten, face-to-face.¹⁰⁶

Florida beschrijft in zijn boek *Who's Your City* (2008) dat het geen kwestie is van het één of het ander - ofwel de globalisering en "end of place" ofwel de terugkeer naar het belang van de fysieke plek - maar dat je kan spreken van een én-én situatie. Deze uitspraak geeft hij als reactie op de beroemde

¹⁰⁴ Koen Damhuis. *De virtuele Spiegel: Waarom Facebook ons ongelukkig maakt*. (Utrecht: Uitgeverij De Arbeiderspers, 2012): 18.

¹⁰⁵ Florida. *Who's your city?*, 15.

¹⁰⁶ <http://repaircafe.nl/>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

uitspraak van de Amerikaanse journalist Thomas Friedman: 'When the world is flat you can innovate without having to emigrate'.¹⁰⁷ De grootste tegenspreker van deze *flat-world* hypothese is de explosieve groei van de steden en stedelijke gebieden wereldwijd. Leefden in 1800 nog maar drie procent van de wereldbevolking in stedelijke gebieden, in 1950 was dit aantal gegroeid tot dertig procent. In onze huidige tijd is dit aantal zelfs gestegen tot meer dan vijftig procent, en in de eerste wereld is dit aantal zelfs meer dan tweederde van de bevolking.¹⁰⁸ Tegelijkertijd is het wel zo dat de verbinding tussen deze steeds groter wordende steden, ook al liggen ze zo ver van elkaar als Sydney en Los Angeles, een stuk sterker en sneller is geworden dan pakweg 100 jaar geleden. Zowel de online als de offline infrastructures zijn dusdanig veranderd en verbeterd dat het bijna makkelijker (én goedkoper!) geworden is om van Amsterdam naar Berlijn af te reizen dan van Utrecht naar Winschoten. Om over een potje Skype of een conference call naar Tokyo maar te zwijgen. John Eger, directeur van het Internationale Centrum voor Communicatie aan de San Diego State University, antwoordt hierop door te beargumenteren dat deze technologische inbedding in onder andere 'slimme gemeenschappen' geen doel op zich is, maar een middel tot het grotere doeleinde duidelijke en overtuigende voordelen voor gemeenschappen te creëren.¹⁰⁹

Ook Florida beargumenteert in zijn werk dat er geen sprake is van eenzijdige globalisering en *the death of geography*, maar dat het een kwestie is van beide ontwikkelingen onderzoeken én accepteren: 'the world is both flat and spiky at the same time.'¹¹⁰ Volgens Florida komt het allemaal neer op één simpel feit: *plaats* heeft de industriële onderneming vervangen als de belangrijkste economische en sociale organisatie-eenheid van onze tijd. Eerst werd *het bedrijf - de industriële onderneming* - gezien als het hart van de economie. In onze huidige kenniseconomie kiest de *Creative Class* niet het bedrijf, maar kiest hij de plek waar wil wonen; een plek die voldoet aan zijn normen en waarden. Het bedrijf sluit zich aan bij deze *plek* en zijn inwoners, en wordt hierdoor onderdeel van de *plek*. De *plek*, in Florida's geval een stedelijk gebied, heeft hierdoor de economische en sociale functie overgenomen van het bedrijf. Florida vult aan:

Cities have always been important engines of economic growth, but they are assuming an even greater importance in today's knowledge-driven innovation economy, in which place-based ecosystems are critical to economic growth.¹¹¹

Een *Creative Community* zouden we kunnen zien als een *place-based ecosystem* waar fysieke en

¹⁰⁷ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 187.

¹⁰⁸ Florida, *Who's Your City?*, 16, 65-66. / Charles Landry. *The creative city : a toolkit for urban innovators*. (London: Comedia, 2000): xiii.

¹⁰⁹ Eger, 20.

¹¹⁰ Florida, *Who's Your City?*, 18.

¹¹¹ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 188.

sociale ruimte wordt geboden aan onder andere creativiteit die omgezet kan worden in economische winsten. *Place-based ecosystems* - het geheel van alle organismen in een bepaald gebied en hun onderlinge wisselwerkingen en hun leefomgeving – kunnen zich volgens deze gedachtegang niet optimaal tot ontwikkeling komen via het internet; mensen bevinden zich er wel met z'n allen online, maar kunnen zich tegelijkertijd fysiek op totaal verschillende plekken bevinden. Daarnaast is er op offline-niveau meer nodig dan een stukje fysieke ruimte en wat mensen om tot een *Creative Community* te komen. Om een *place-based ecosystem* in te zetten als *Creative Community*, is het van belang dat deze *plek* aan verschillende karaktereigenschappen voldoet; volgens Florida heeft een plaats, net als de inwoners, een bepaald karakter, die daardoor ook bepaalde mensen aantrekt. In de volgende paragraaf zal ik uiteenzetten waar een plaats volgens Florida aan moet voldoen om zich te kunnen ontwikkelen als *Creative Community*; een plek waar de menselijke creativiteit de motor is van onze kenniseconomie.

3.4 De 3T's: *Technology, Talent en Tolerance*

Om de nieuwe economische geografie van de creativiteit en zijn positieve effecten op economische resultaten te kunnen begrijpen, moeten we ons volgens Florida richten op de door hem geformuleerde *3T's of economic development: Technology, Talent en Tolerance*. Elk van deze eigenschappen is een noodzakelijke maar op zichzelf onvoldoende voorwaarde voor welvaart; want echte innovatie en duurzame economische groei moet plaats bieden aan alle drie.¹¹² Deze 3T's verklaren waarom sommige plekken economisch niet groeien, ondanks hun diep gewortelde technologiesector: zij zijn niet open en tolerant genoeg om toptalent aan te trekken en te behouden. Ook culturele mekka's zullen nooit de hoogste economische voorspoed meemaken, wanneer zij de vereiste technologische basis missen.

De eerste en minst controversiële T is *Technology*. Economen zijn het er over eens dat technologie de sleutel is tot groei, volgens Florida. Karl Marx, en later Joseph Schumpeter, gaf al aan dat de vooruitgang in technologie het mogelijk heeft gemaakt voor het kapitalisme om zichzelf constant door te ontwikkelen. Florida voegt hier aan toe:

From new inventions like software, robotics, and biotechnology to improvements in manufacturing systems and processes, technology makes economies and societies more efficient and productive.¹¹³

¹¹² Florida, *The Rise of the Creative Class*, 228.

¹¹³ *Ibidem*, 229.

Plekken als Silicon Valley, gelocaliseerd in de San Francisco Bay Area met de daarin gehuisveste bedrijven als Intel, Apple, Google en Facebook, en greater Seattle – de thuisbasis van onder andere Microsoft en Amazon – hebben de grondslag gelegd voor een groot aantal van de belangrijkste high-tech talenten. In de 2002 editie van *The Rise of the Creative Class* onderzocht Florida de aanwezigheid van de *Creative Class* in high-tech gebieden zoals bovenstaande. Hij vond dat er een grote samenhang bestond tussen de aanwezigheid van technologische ontwikkeling en de *Creative Class*. Er bestond juist een negatieve verbinding tussen de aanwezigheid van de *Working Class* en die van high-tech. In zijn herziene versie, tien jaar later, heeft hij dit onderzoek opnieuw uitgevoerd en vond wederom deze uitkomst, alhoewel nu nog meer geaccentueerd dan eerst.¹¹⁴ Hij zegt hierover: 'Overall, American innovation has become more geographically concentrated and spikier.'¹¹⁵ Deze ontwikkeling vertaalt zich uiteindelijk in de vorming van economische mega-regio's; gebieden waar technische innovatie en talent hoogtij vieren zullen gebieden waar dit niet gebeurt achter zich laten. Deze gebieden trekken op hun buurt mensen aan die vertrekken uit economisch minder lopende streken, waardoor de mega-regio alsmaar dichter en groter groeit. Zoals de verdeling van economische activiteit globaal is geworden, is de economische competitie tussen stedelijke gebieden dit ook geworden. Waar vroeger steden landelijk met elkaar concurreerden op economisch gebied, gebeurt dit nu dankzij de globalisering op globaal gebied en tussen mega-regio's.¹¹⁶ Interessant is het gegeven dat de door Florida genoemde mega—regio *Am-Brus-Twerp* Europa's grootste mega-regio is: dit gebied huisvest bijna 60 miljoen mensen en produceert bijna 1,5 triljoen dollar per jaar aan economische *output*. Deze mega-regio is na greater Tokyo (Japans Tokyo en omliggende gebieden), Bos-Wash (van Boston, Massachusetts tot New York City, New York, tot Washington D.C., DC) en Char-Lanta (van Charlotte, North Carolina tot Atlanta, Georgia) het vierde grootste economisch epicentrum van de wereld.¹¹⁷ Zoomen we in op Nederland, dan zien we dat de Randstad – het verstedelijkte gebied in Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht - (met uitzondering van het High-Tech gebied in zuidoost-Brabant) met stip bovenaan staat als het gaat om economische groei, innovatie en ontwikkeling.¹¹⁸ *A place that gets it*, zou Florida zeggen, in ieder geval op het gebied van (technologische) ontwikkeling en innovatie. Dat de vier Randstedelijke Schouwburgen zich bevinden te midden van deze 'metropoolregio', zou toch moeten betekenen dat kruisbestuiving tussen deze twee sectoren makkelijker te bewerkstelligen is dan in de meer afgelegen gebieden in Nederland.

¹¹⁴ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 230.

¹¹⁵ Ibidem, 231.

¹¹⁶ Florida, *Who's your city?*, 37-38.

¹¹⁷ Ibidem, 44-50.

¹¹⁸ <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/379841D2-BA32-4753-8A02-00B7F676D5F6/0/index1092.pdf>, geraadpleegd op 18 juli 2013 / Arjen Schreuder. "Randstad-Noord wordt metropool," *NRC Handelsblad*, 25 april 2013, 8.

De tweede T die Florida noemt is die van *Talent*. Economen zijn het erover eens dat geschoolde, ambitieuze, goed opgeleide en ondernemende mensen – naar wie ze verwijzen als *human capital* (menselijk kapitaal) - een centrale kracht zijn in de economische vooruitgang.¹¹⁹ De *human capital* theorie, die in wezen verwijst naar het aantal diploma's dat individuen behaald hebben en hoeveel ze aan de hand van dit gegeven 'waard' zijn, heeft deels overeenkomsten met Florida's *Creative Class*. Na de eerste versie van *The Rise of the Creative Class* kreeg Florida veel kritieken, omdat zijn werk door sommigen als 'propaganda' voor hoogopgeleiden werd gezien. Schertsend werd zijn boek *The Rise of the Bachelor Class*¹²⁰ genoemd, omdat hij enkel de paar gelukkigen met een universitair diploma als belangrijk zou bestempelen voor onze economie en geschikt voor het betreden van die felbegeerde *Creative Class*. Florida weerlegt deze kritiek in zijn herziene versie door aan te geven dat hij uitgaat van de *creativiteit* van mensen, niet van de intelligentie en bijbehorende diploma's. Deze *creativiteit* beschouwt hij als een menselijke eigenschap, iets wat ieder mens in zich heeft. Het is natuurlijk wel zo dat mensen met een hogere opleiding meer kansen hebben, maar dit is zeker geen voorwaarde die Florida stelt voor het kunnen behoren tot de *Creative Class*. Talent is namelijk meer dan enkel een papiertje, kijk maar naar personen als Bill Gates of Steve Jobs, die nooit een vervolgopleiding hebben afgerond. Florida breidt de statistieken van wetenschappers die de *human capital theory* aanhangen uit met zijn bredere interpretatie van de leden van de *Creative Class*: creatief, ambitieus en ondernemend. Florida ondervond dat er een nauw verband bestaat tussen de aanwezigheid van *Creative Class*, talent en high-tech bedrijven en innovaties.

Interessant is om tussendoor te kijken wat er gebeurt binnen de vier Randstedelijke Schouwburgen, wanneer we het hebben over het verschil tussen *human capital theory* en *Creative Class theory*. Net zoals Florida er van 'beschuldigd' is het economische geluk enkel in de handen te leggen van de bevoorrechte elite met een universitair diploma, wordt de Randstedelijke Schouwburg vaak gezien als een plek waar alleen de hoogopgeleide, autochtone inwoner 'mag' komen. Ik denk dat dit, net als in Florida's geval, een onjuist oordeel is en ten koste gaat van de potentie van deze theaters als *plek*. Ook in het geval van de Randstedelijke Schouwburgen zou ik willen stellen dat *creativiteit* de belangrijkste 'grondstof' is om deze plekken optimaal te kunnen laten leven. Immers, artiesten en theatermakers hebben hun succes ook niet enkel te danken aan een goede opleiding. Zij bezitten die extra's die bovengenoemde high-tech beroemdheden Gates en Jobs ook hebben: ambitie, ondernemerschap, doorzettingsvermogen en creatief potentieel om deze eigenschappen om te zetten in excellentie in het eigen vakgebied. Het prettige aan dit creatieve potentieel is dat dit een menselijke eigenschap is en dat ieder mens in staat is om op creatieve wijze na te denken en te handelen. Uiteraard blijven er verschillen tussen mensen, het zou onrealistisch zijn dit niet te

¹¹⁹ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 231.

¹²⁰ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 40

erkennen. Niet iedereen is een Mark Zuckerberg of, dichter bij het onderwerp van deze thesis, een Ivo van Hove. Maar wat vooral belangrijk is, is het erkennen van ieders creatief potentieel. Met de woorden van Florida: 'The creatification of everyone.'¹²¹

Zoals ik hierboven al vermeldde stellen de Randstedelijke Schouwburgen hun ruimtes van oudsher beschikbaar voor creatieve geesten, artiesten en theatermakers. Creativiteit is hier altijd al de motor van productiviteit en economie geweest. Een belangrijke verandering die nodig is om van de schouwburg als ontmoetingsplek tot *Creative Community* te komen, is het erkennen van de creativiteit van de bezoekers; van huidige bezoekers, maar ook van potentiële bezoekers.

Om dit te kunnen bewerkstelligen richten we ons tot de derde en laatste T die van belang is voor economische ontwikkelingen volgens Florida: *Tolerance*. Tolerantie, of, in bredere zin, openheid voor diversiteit, wordt door verschillende wetenschappers en economen bestempeld als belangrijk onderdeel van economische groei in een bepaald gebied. Jane Jacobs was een van de eerste die naast diversiteit van bedrijven, ook de diversiteit binnen verschillende individuen en groepen mensen onderstreepte als medemotor van innovatie en stadsgroei.¹²² Een plek die open en tolerant is sluit geen talent buiten en heeft meer kans om het binnengehaalde talent te behouden. In een plek waar buitenstaanders zich snel thuis voelen komen sneller innovatieve ideeën op gang dan in een plek waar mensen er jaren over moeten doen om hun plaats te bevechten. Daarnaast trekt een tolerante plek mensen aan die openstaan voor nieuwe ervaringen; juist de mensen die ondernemend zijn en worden geassocieerd met innovatie.¹²³ Florida ondervond in zijn onderzoek naar open en tolerante plekken dat 'the places that are most open to new ideas and that attract talented and creative people from across the globe broaden both their technology and talent capabilities, gaining a substantial economic edge.'¹²⁴ Hier voegt hij aan toe:

Our work finds a strong correlation between, on the one hand, places that are welcoming to immigrants, artists, gays, bohemians, and socioeconomic and racial integration, and, on the other, places that experience high-quality economic growth.¹²⁵

Nu hebben de Randstedelijke Schouwburgen zich altijd al opengesteld voor artiesten en bohemians (personen met artistieke of literaire interesses die conventionele gedragsnormen veronachtzamen). Immers, deze groepen vormen de basis waarop een theater überhaupt kan functioneren. 'Andersdenkenden' zijn niets dan vruchtbaar voor de kunsten. Maar om ook de publieke ruimtes

¹²¹ Ibidem, 385.

¹²² Florida, *The Rise of the Creative Class*, 232.

¹²³ Ibidem, 249-253.

¹²⁴ Ibidem, 233.

¹²⁵ Ibidem, 233.

optimaal te kunnen benutten, zal er een open wisselwerking moeten ontstaan tussen de inwoners van de vier Randsteden en hun schouwburgen. Idealiter is niet alleen de creatieve input van artiesten belangrijk, maar die van de gehele stad en elk inwonend individu.

3.5 De Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community*

Nu we hebben gezien op welke manier er in steden economische groei ontstaat dankzij de clustering van de *Creative Class* en hun inbreng in creatieve, innovatieve (werk)ontwikkelingen die leidt tot economische groei en een belangrijke positie in de huidige kenniseconomie, is het zaak om te kijken op welke manier dit mechanisme toepasbaar is op de situatie van onze vier Randstedelijke Schouwburgen. Zoals we gelezen hebben pleit ik in dit onderzoek voor een heldere *dramaturgie* van de publieke ruimtes van de vier Randstedelijke Schouwburgen, die voldoen aan Florida's 3T's van economische ontwikkeling en tegelijkertijd aansluiten bij artistieke waarde en identiteit van deze vier theaters. Zoals in de inleiding al duidelijk is gemaakt, moet er, om meer bezoekers te trekken en zo *kapitaal*krachtiger te worden, een brug geslagen worden tussen het dagelijks leven van burgers in een stad en de schouwburg. Om dit te kunnen doen is het belangrijk om te kijken wat deze vier schouwburgen al in huis hebben om te voldoen aan de eisen die Florida stelt aan een *Creative Community*. Hebben zij alles in huis om zich vlekkeloos te kunnen ontwikkelen tot een *Creative Community*? Welke problemen komen we tegen? Waar sluit de schouwburg aan bij het karakter van een *Creative Community*, en waar ontstaat er wrijving? Kortom: welk *kapitaal* hebben de vier Randstedelijke Schouwburgen in huis die invulling kan geven aan een *Creative Community*? In het volgende hoofdstuk zal ik vanuit onder andere de *kapitaal*theorie van kunstsocioloog Pierre Bourdieu, bovenstaande vragen trachten te beantwoorden. In hoofdstuk vijf zal ik vervolgens op een verdiepende praktische wijze aan de hand van interviews met belangrijke spelers binnen de vier Randstedelijke Schouwburgen antwoorden zoeken op bovenstaande vragen.

4. Het *kapitaal* van de Randstedelijke Schouwburg

4.1 Inleiding

In deze thesis onderzoek ik hoe de organisaties van de vier Randstedelijke Schouwburgen invulling geven aan hun publieke ruimtes en hun theater als *plek* en of zij hiermee invulling geven aan Florida's begrip *Creative Community*. Deze strategie zorgt voor, zoals we gezien hebben, positieve economische effecten; het ontwikkelen van een *Creative Community* leidt tot economische welvaart. Sinds de economische crisis van 2008 is het voor vrijwel alle Nederlandse theaters extra noodzakelijk geworden om de eigen bedrijfsstrategieën onder de loep te nemen. Wie zijn we? Wat zijn we? Wat kunnen we bieden? Wat willen we bieden? Aan wie? Wat is de balans tussen artistieke en financiële winst? Wat bieden we anders dan 'normale' bedrijven? Belangrijke vragen die niet alleen gaan over de programmering en de voorstellingen, maar ook over de schouwburg als bedrijf en als *plek*. Subsiestops en bezuinigingen dwingen een nieuw systeem af, waardoor theaters hun strategieën en dramaturgie moeten veranderen om zichzelf op een andere manier financieel te kunnen bedruipen. Het voorstel in deze thesis, het creëren van *Creative Community*, zou één van de manieren kunnen zijn om het oude systeem van financiering te vervangen. In het vorige hoofdstuk hebben we kunnen zien op welke manier zo'n *Creative Community* tot stand kan komen en wat hiervoor nodig is. Het mag duidelijk zijn dat dit geleende begrip oorspronkelijk van toepassing is op stedelijke gebieden. Het is daarom van belang om gedetailleerder in te gaan op de Randstedelijke Schouwburg, om te kijken op welke manier we Florida's theorie kunnen toepassen in dit onderzoek. Want wat hebben deze schouwburgen überhaupt in huis om als *Creative Community* te kunnen functioneren? Alle vier de schouwburgen hebben een rijk en vol verleden en ook anno 2013 zijn deze theaters een belangrijk onderdeel van het Randstedelijke culturele leven. Met andere woorden: welk *kapitaal* hebben de Randstedelijke Schouwburgen in huis dat kan helpen bij het ontwikkelen van een *Creative Community*? Om dit te kunnen beantwoorden richt ik mij allereerst tot de socioloog Pierre Bourdieu. Deze Franse wetenschapper introduceerde in de jaren '80 van de vorige eeuw het begrip *kapitaal* in de kunst- en cultuurwetenschap. Hij onderscheidt de begrippen cultureel kapitaal, symbolisch kapitaal en economisch kapitaal en brengt deze met elkaar in verband in de context van het Franse literaire veld. In paragraaf 4.2 zal ik aan de hand van deze begrippen uitleggen aan welk kapitaal er gedacht kan worden in het kader van de Randstedelijke Schouwburgen. In paragraaf 4.3 zal ik ingaan op het historisch kapitaal - als onderdeel van het symbolisch kapitaal - van de Randstedelijke Schouwburgen. Dit zal ik doen aan de hand van de historiografische informatie uit paragraaf 2.5. Ook Richard Florida maakt gebruik van het begrip *kapitaal*, zoals we in voorgaand hoofdstuk al hebben kunnen lezen. Hij onderscheidt in zijn werk

twee soorten *kapitaal*: *Human Capital* en *Creative Capital*. In paragraaf 4.4 zal ik deze twee begrippen uitleggen in het kader van het *kapitaal* van de Randstedelijke Schouwburg. Paragraaf 4.5 dient als bruggetje naar het volgende hoofdstuk: de analyse van de vier casestudies.

4.2 Symbolisch, cultureel en economisch *kapitaal*

Om beter inzicht te kunnen krijgen in de verschillende manieren waarop de Randstedelijke Schouwburgen hun fysieke, artistieke en creatieve kapitaal kunnen inzetten om een *Creative Community* te creëren en daardoor hun economisch kapitaal te kunnen vergroten, is het van belang om te onderzoeken op welke manier we dit kapitaal kunnen ontleden. Om dit te doen richt ik mij tot het begrip *kapitaal*, zoals de Franse cultuursocioloog Pierre Bourdieu dit begrip in de jaren '80 en '90 van de vorige eeuw gebruikt in zijn verschillende werken over het bepalen van posities binnen de maatschappij. Dit begrip gebruikt hij in het kader van een bredere theorie die, in zijn geval, de werking van het Franse literaire *veld* betreft. Om het begrip *kapitaal* in zijn volledigheid te kunnen vatten zal ik eerst een korte introductie geven van Bourdieu's *veld*theorie, om vervolgens tot de uitleg van het begrip *kapitaal* te komen, het onderdeel van zijn theorie dat vooral belangrijk is voor dit onderzoek. Bourdieu's beschouwingen gaan over kunstenaars en niet over instellingen. Ondanks dit verschil in gebruik en benadering, ben ik toch van mening dat deze theorie, en dan specifiek zijn kapitaaltheorie, bruikbaar is voor mijn onderzoek naar het kapitaal van de Randstedelijke Schouwburgen. Ik zal daarom, telkens waar Bourdieu spreekt over *actoren*, het begrip instituties eraan toevoegen, om duidelijk te maken dat ik zijn theorie op een bredere manier wil inzetten in dit onderzoek. Verderop in deze paragraaf zal ik zijn *kapitaal*theorie specifiek toepassen op de Randstedelijke Schouwburgen.

Volgens Bourdieu's theoretische model wordt elke sociale formatie, ofwel samenleving, gestructureerd door middel van een hiërarchisch georganiseerde reeks *velden* (het economische veld, het onderwijs, het politieke veld, de culturele sector, enz.). Elk veld functioneert op zijn eigen manier en met eigen wetten. Zij zijn hierdoor niet onderhevig aan de wetten van de politiek en de economie, met uitzondering natuurlijk van het economische en het politieke veld. Zo zijn bijvoorbeeld het onderwijs en de culturele sector niet per definitie overgeleverd aan de wetten van de markt (alhoewel dit in de tijd van Bourdieu natuurlijk veel meer het geval was dan anno 2013, anders zou dit onderzoek niet geschreven hoeven worden). Naast deze verschillende eigenschappen en wetten bestaan er ook universele veldmechanismen.¹²⁶ Eén van de meest herkenbare

¹²⁶ Pierre Bourdieu, *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. (London, 1989): 171 / Pierre Bourdieu, 'De productie van geloof'. In: *Pierre Bourdieu: Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Gekozen door Dick Pels. (Amsterdam: van Gennep, 1992): 246-283.

mechanismen is de voortdurende machtsstrijd die plaatsvindt binnen ieder veld. Deze strijd speelt zich af tussen de *actoren* en instituties die Bourdieu, samen de 'spelers van het spel' noemt.¹²⁷ De structuur van deze velden op een bepaald moment wordt bepaald door de verschillende posities die deze *actoren* in dit veld innemen. In die zin is het veld een dynamisch concept; wanneer de positie van een 'speler' verandert betekent dit noodzakelijkerwijs een verandering in de structuur van het veld.¹²⁸ In zijn boek *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld* richt Bourdieu zich volledig op het culturele veld en daarin specifiek op het Franse literaire veld. Hij geeft echter aan, dat zijn theoretische model ook toepasbaar is op allerlei andere velden, zowel binnen als buiten de culturele sector.¹²⁹ Zo dus ook op het Nederlandse theaterveld, waar ik mij specifiek zal richten op de vier Randstedelijke Schouwburgen. Ook binnen dit theaterveld bezitten de *actoren* en instituties geen vaste plaats. Zij zijn wederzijds afhankelijk van elkaar en de steeds wisselende verhoudingen zijn van grote invloed op het gehele veld en de posities van de *actoren* en instituties. Doel van dit 'spel' is het behoud of een verbetering van de posities van de *actoren* en instituties. Nieuwkomers proberen het veld te betreden, anderen die zich al in het veld bevinden streven naar een verbetering van hun posities en machthebbers trachten hun monopolie te verdedigen en concurrentie buiten te sluiten.¹³⁰ De strijd rond het behouden en verkrijgen van de verschillende posities is onlosmakelijk verbonden met wat Bourdieu metaforisch 'specifiek kapitaal' noemt. Hier komen we aan bij het specifieke gedachtegoed van Bourdieu dat belangrijk is in dit onderzoek om te bepalen wat de Randstedelijke Schouwburgen in huis hebben voor het ontwikkelen van een *Creative Community*, oftewel: het aanwezige *kapitaal*. Onder het begrip *kapitaal* verstaat Bourdieu alle eigenschappen en middelen die mensen of instanties in een bepaalde positie kunnen aanwenden om hun positie te verbeteren of te handhaven. De kapitaalsoorten die ik voor dit onderzoek het belangrijkste acht zijn symbolisch kapitaal (prestige, gezag of reputatie), cultureel kapitaal (bijvoorbeeld opleidingsniveau) en economisch kapitaal (zoals inkomen of economische macht)¹³¹. *Symbolisch kapitaal* verwijst naar de mate van prestige, reputatie, bekendheid, toewijding of de eer die de verschillende *actoren* of instanties in het veld op een bepaald moment in bezit hebben. Wanneer we kijken naar de Randstedelijke Schouwburgen kunnen we ons bijvoorbeeld richten op het imago van deze theaters. Hoe staan zij bekend bij het publiek en hoe verhouden zij zich tot bijvoorbeeld andere theaters? De Randstedelijke Schouwburgen hebben onder andere de duurste

¹²⁷ Bourdieu. *Distinction*, 175 / Bourdieu. 'De productie van geloof'. In: *Pierre Bourdieu: Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*, 246-283.

¹²⁸ Pierre Bourdieu. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Ed. Randal Johnson. (Cambridge: Polity Press, 1993): 6.

¹²⁹ Pierre Bourdieu. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*. (Amsterdam: Van Gennep, 1994): 260.

¹³⁰ Bourdieu. *Distinction*, 171.

¹³¹ Pascal Gielen. *Kunst in netwerken, artistieke selecties in de hedendaagse dans en de beeldende kunst*. (Tiel: Uitgeverij Lannoo, 2008): 9-31. / Bourdieu. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*, 261-262.

voorstellingen geprogrammeerd en staan bekend om hun statige voorkomen. Ook hebben zij een grote historische identiteit; dit soort symbolisch *kapitaal* is in paragraaf 2.5 aan bod gekomen en zal ik in de volgende paragraaf verder in verband brengen met de notie van symbolisch *kapitaal*. De Randstedelijke Schouwburgen kennen een grote bekendheid als culturele plek, ook bij mensen die nooit naar het theater gaan. De Randstedelijke Schouwburgen zijn voor veel theatermakers een droomplek om te spelen. Daarnaast worden deze theaters, dankzij hun lange traditie van hoogwaardig theateraangebod en hun publieke functie, ook gezien als *plek* waar men geprikkeld, verwonderd en geamuseerd kan worden door het grootste *talent* in onze theatersector. Soms is de reputatie van deze theaters echter zo hoogdravend, dat men bang is om er naar binnen te gaan.¹³² Men is bang dat men niet op zijn plek kan zijn binnen de schouwburg en dat men moet voldoen aan verwachtingen die niet waargemaakt kunnen worden. Deze angst heeft te maken met de *openheid* van de schouwburg als (ontmoetings)*plek*. Dit hangt ook samen met een van de 3T's: *Tolerance*. Hierover zal ik verder uitwijden in hoofdstuk vijf tijdens mijn analyse van de casestudies.

Cultureel kapitaal betreft vormen van culturele kennis, competenties of disposities, aldus Bourdieu. In zijn boek *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (1989) omschrijft hij *cultureel kapitaal* als een vorm van kennis, een geïnternaliseerde *code* of een cognitieve verwerving die de speler voorziet van empathie en waardering voor en deskundigheid bij het ontcijferen van culturele betrekkingen en culturele artefacten. Hij suggereert dat een kunstwerk betekenis heeft en slechts interessant is voor iemand die de culturele competentie, dat wil zeggen, de *code*, bezit om het gecodeerde kunstwerk te begrijpen.¹³³ Volgens Bourdieu verkrijgt men dit culturele kapitaal, ofwel de *code*, via een lange weg door pedagogisch handelen van zowel de familie als andere groepsleden, het onderwijs en verschillende sociale instituties. In het geval van de Randstedelijke Schouwburgen wil ik stellen dat de optelsom van alle aanwezige individuen en groepen individuen het *cultureel kapitaal* genoemd kan worden. Hierbij denk ik niet alleen aan de schouwburg als instituut of organisatie, dus alle werknemers en de kunstenaars die werk leveren binnen de schouwburg, maar ook aan alle bezoekers. Immers, in dit onderzoek draait het om de Randstedelijke Schouwburg als publieke ruimte; de ontmoeting tussen organisatie, kunstenaars en bezoekers staat hierin centraal. Iedereen die de ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen betreedt brengt cultureel kapitaal met zich mee. Iedereen heeft levenservaring, een bepaalde opleiding en natuurlijk het belangrijkste *kapitaal* binnen dit onderzoek: *creativiteit*. Logischerwijs kunnen we stellen dat dit culturele kapitaal rijker wordt naarmate er meer van elkaar verschillende (groepen) individuen de schouwburgen betreden. Net zoals volgens Florida de *Creative Economy* niet enkel voorbehouden is aan de meest

¹³² Interview Dianne Zuidema – 17-05-2013

¹³³ Bourdieu, *Distinction*, 2. / Bourdieu, *The Field of Cultural Production*, 7.

talentvollen en enkel de *Creative Class*, betekent dit niet dat het *culturele kapitaal* beperkt blijft tot de *Creative Class*. Immers, ook de *Working Class* en de *Service Class* beschikken over *creativiteit* en uiteraard kennis en levenservaring. Juist deze combinatie van verschillende groepen individuen zorgt voor de meest vruchtbare ontwikkelingen; meer creativiteit en verschillende inzichten betekent een rijk bezit aan *cultureel kapitaal*. Met andere woorden: Hoe *tolanter* en *opener* de plek, hoe hoger het *culturele kapitaal*.

Economisch kapitaal draait om de hoeveelheid winst die er gemaakt wordt die uitbetaald kan worden in geld of zaken zoals onroerend goed of machines. In het geval van de schouwburgen beschouwen we onder andere de theatergebouwen als economisch kapitaal. Deze gebouwen zijn in de loop der decennia onderhevig geweest aan verbouwingen en uitbreidingen om zowel het publiek, de kunstenaars als de eigen organisatie beter van dienst te kunnen zijn. Theaterzalen, kleedruimtes en andere faciliteiten voor kunstenaars en hun crew, zoals de techniek, vallen onder dit kapitaal. Ook hier kunnen we weer een verbinding leggen met de 3T's van Florida. Onder andere *technologie* is de sleutel tot *economisch kapitaal*, zoals we ook al gezien hebben in hoofdstuk 3 van dit onderzoek. Dankzij verschillende verbouwingen hebben de Randstedelijke Schouwburgen zich beter kunnen aanpassen aan de wensen van de theatermakers. Zo heeft de Stadsschouwburg Amsterdam in 2009 een totaal vernieuwde takelift laten bouwen, die veel meer mogelijkheden biedt om materiaal en decorstukken de zaal in te krijgen. Daarnaast zijn de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen ook onderdeel van het *economisch kapitaal*. Alle vier de theaters hebben veel ruimte tot hun beschikking, ruimtes die zij in kunnen zetten om het bezoek van hun theater aangenamer te maken voor iedereen die naar binnen komt.

Daarnaast is ook winst die uitbetaald wordt in geld onderdeel van het *economisch kapitaal*. Hoe meer winst, pleit Bourdieu, hoe hoger de rang in het veld. Echter, in het literaire veld is volgens de Franse socioloog sprake van een omgekeerde wereld wanneer het gaat om het belang van *economisch kapitaal* voor de positie van een speler in het veld. Hoe meer winst betekent niet hoe beter het kunstwerk ontvangen wordt, alhoewel dit ook niet betekent dat er geen economische logica aan te pas komt: 'die is gebaseerd op een soort maatschappelijk mirakel, namelijk een handelen dat op louter esthetische intenties berust.'¹³⁴ Met andere woorden: uiteraard zijn er bepaalde economische voorwaarden nodig die zorgen dat het literaire, of in ons geval het theaterveld, draaiende blijft. Toch betekent de hoogste financiële winst niet het hoogste kapitaal dat het kunstwerk of, in ons geval, de culturele instelling kan bereiken. Dit komt omdat zowel het *symbolisch kapitaal* als het *cultureel kapitaal* van groot belang zijn voor het totale kapitaal. Bovendien, zoals al eerder genoemd is, gelden er andere wetten voor het culturele veld dan voor

¹³⁴ Bourdieu. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*, 262.

bijvoorbeeld het economische veld: Autoriteit op basis van toewijding of prestige is louter symbolisch en kan evengoed wel als niet het bezit van een verhoogd economisch kapitaal impliceren.¹³⁵ Hier schuurt iets, zoals ook Arnold Heertje al aangaf in zijn artikel over reproduceerbare en niet-reproduceerbare goederen.¹³⁶ Want waar flink geld verdiend wordt aan kunst of cultuur komt al snel de term *vercommercialisering* kijken. Wanneer underground bandjes ineens in de top 40 staan, hebben zij hun authenticiteit en artistieke waarde volgens velen (het *veld*) aan de commercie en het grote geld verloren. Ook grote commerciële theatershows, zoals musicals of DeLaMar producties, de bestsellers van schrijvers als Herman Koch en Ronald Giphart en de steeds groter wordende culturele festivals zoals Lowlands en Pinkpop worden door velen niet langer gezien als kunst, maar als kitsch. Bourdieu noemt deze vervaging van grenzen de *bedreigingen voor de autonomie van kunstenaars, schrijvers en geleerden*. Hij stelt:

We kunnen ons afvragen of de opdeling in twee markten, die sinds het midden van de 19^{de} eeuw kenmerkend is voor culturele productievelden, met aan de ene kant het beperkte veld van de productie voor producenten en aan de andere kant het veld van de grootschalige productie en de 'industriële literatuur', niet met verdwijning wordt bedreigd, nu de logica van de commerciële productie zich meer en meer aan de avant-garde productie opdringt (in het geval van de literatuur onder meer via de dwingende eisen van de boekenmarkt).¹³⁷

Juist in deze tijd wordt van culturele instellingen en kunstenaars gevraagd om ondernemender te zijn en meer mee te gaan in de marktwerking om zo financieel onafhankelijk te worden. Er wordt tegenwoordig wel degelijk van de culturele sector verwacht dat ze, ondanks hun eigen wetten, hun eigen financiële hachje kunnen redden, maar tegelijkertijd dienen ze hun artistieke waarde te behouden. Maar het moet toch niet zo kunnen zijn dat economische voorspoed per definitie een teloorgang betekent van het symbolische kapitaal van het culturele product of de culturele instantie (in ons geval de vier Randstedelijke Schouwburgen). In sommige gevallen, bijvoorbeeld de *literaire canon*¹³⁸ of de grote meesters uit de schilderkunst en hun bekende werken, kunnen *symbolisch en cultureel kapitaal* juist uitstekend samengaan met het *economische kapitaal*. *De Nachtwacht* van Rembrandt van Rijn heeft zowel een gigantische economische waarde, als een symbolische en een culturele. Je zou zelfs kunnen zeggen dat deze drie waarden elkaar als in een opwaartse spiraal versterken en dankzij de groei van de ene waarde, de andere waarden mee kunnen groeien. Dit

¹³⁵ Bourdieu, *The Field of Cultural Production*, 7.

¹³⁶ Zie paragraaf 1.1 van dit onderzoek.

¹³⁷ Bourdieu. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*, 407-408.

¹³⁸ Met een canon wordt het geheel van teksten, beelden, kunstwerken en gebeurtenissen bedoeld dat het referentiekader is van een gedeelde cultuur of religie.

proces, het omzetten van symbolisch en cultureel kapitaal in economisch kapitaal zoals dit gebeurd is bij *De Nachtwacht*, is een er één van decennia en soms eeuwen, dat uiteraard niet altijd even voorspelbaar is.

Ik pleit in dit onderzoek voor een vermeerdering van *economisch kapitaal*, maar dit mag wat mij betreft nooit ten koste gaan van het *culturele* en *symbolische kapitaal*. Bourdieu geeft hiervoor een volgende 'oplossing':

Symbolische winsten (hoe een boek, een theaterstuk, of de schouwburg als artistieke ruimte ontvangen wordt door het veld) kunnen in aanmerking komen om op korte of langere termijn omgezet te kunnen worden in economische winsten.¹³⁹

Aan deze uitspraak wil ik toevoegen dat, in het kader van dit onderzoek, ook culturele winsten in aanmerking kunnen komen om te worden omgezet in economische winsten. Immers, zoals we bij Florida gezien hebben, zorgt onder andere *Tolerantie* voor economische voorspoed. Om deze symbolische en culturele winsten te verhogen en daarmee als positief side-effect het economisch kapitaal, onderzoek ik op welke manier de publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen ingezet kunnen worden om als *Creative Community* te dienen. Van groot belang is dat de wrijving tussen het symbolisch en cultureel kapitaal en het economisch kapitaal, die Bourdieu in zijn theorie noemt, in het achterhoofd wordt gehouden. Enkel een dramaturgie uitvoeren met als resultaat groter *economisch kapitaal*, kan ten koste gaan van het *symbolische* en *culturele kapitaal*. *Kapitaal* dat juist de Randstedelijke Schouwburgen maken tot wat ze nu zijn en waarmee we kunnen werken.

4.3 Het historisch kapitaal van de Randstedelijke Schouwburgen

Zoals we in voorgaande paragraaf hebben kunnen lezen verwijst *symbolisch kapitaal* naar de mate van prestige, reputatie, bekendheid, toewijding of de eer die de Randstedelijke Schouwburgen toekomen op een bepaald moment in het veld. De reputatie van deze theaters ontleen zij onder andere aan de rijke geschiedenis die zij met zich meedragen; hun historie. Dit onderdeel van het *symbolisch kapitaal* noem ik het *historisch kapitaal* van de Randstedelijke Schouwburgen. In deze paragraaf zal ik ingaan op positie en functie als publieke plek van de vier Randstedelijke Schouwburgen in de afgelopen twee eeuwen en welke waarde we hieraan kunnen ontleen. In hoofdstuk twee hebben we al gezien dat de publieke functie van de schouwburgen erg is veranderd sinds het ontstaan daarvan in de negentiende eeuw. In deze eeuw werden theaters gebouwd vanuit een grote behoefte om buitenshuis andere mensen te ontmoeten en om de beoefening van kunst en

¹³⁹ Bourdieu. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*, 262.

wetenschap te stimuleren. Dit is uiterst interessant, want hier zien we dat de *Creative Community* die Richard Florida, en ikzelf, voor ogen hebben geen nieuw en eenentwintigste-eeuws fenomeen is. Schouwburgen en in mindere mate kleine theaters waren dé plek waar nieuwe ideeën omtrent kunst en wetenschap konden worden ontwikkeld en waar in ieder geval de elite en de gegoede burgerij zich ophielden om samen te komen. De schouwburgen waren een plek waar men bij elkaar kon komen om over deze nieuwe ontwikkelingen te discussiëren, maar waren ook de motor van deze ontwikkelingen. Verder maakte de elite zich sterk om de kwaliteit van het toneel te verbeteren en talent aan te trekken of op te leiden.¹⁴⁰ Daarnaast is er over het belang van de schouwburgen als publieke ruimte in de negentiende eeuw ook iets te zeggen dankzij de hoeveelheid literatuur die er over te vinden is. Niet voor niets is binnen *public sphere theory* is het theater als ontmoetingsplek in de achttiende en negentiende eeuw een van de belangrijke thema's, aldus mediahistoricus Van der Velden.¹⁴¹ Ook binnen theaterhistorisch onderzoek wordt de relatie tussen theater en *public space* nadrukkelijk gelegd.¹⁴²

Over de toegankelijkheid van de schouwburgen voor de kleine burgerij, zoals onderwijzers en lagere ambtenaren, en de arbeidersklasse heerst veel onduidelijkheid onder wetenschappers. Verschillende onderzoekers die bezoekersprofielen van de schouwburgen uit de negentiende eeuw hebben onderzocht kwamen tot de conclusie dat er vrijwel geen arbeiders aanwezig waren in de schouwburg. Allereerst was een bezoek niet haalbaar vanwege hun geringe loon en de lange werkdagen die zij maakten. Logger voegt hieraan toe: 'Daarnaast was de psychische barrière voor diegenen die zich gewoonlijk niet in de kringen van de leden bewogen, erg hoog.'¹⁴³ In andere rapporten wordt juist wel gesproken van bezoek van de lagere standen aan de schouwburgen. De schouwburg en het theater als volksopvoeding heeft ook betrekking op deze rapporten. Ondanks dat er geen absolute duidelijkheid heerst over het bezoekersprofiel, kunnen we wel opmaken uit al deze bronnen dat er in de tijd van de negentiende eeuw ook al sprake was van 'verstoring' in de schouwburg als *public space*; verschillende zaken zorgden ervoor dat de schouwburg niet

¹⁴⁰ Logger, 55-59.

¹⁴¹ Ter inspiratie: Voskuil, Lynn M. 2002. Feeling Public: Sensation Theater, Commodity Culture, and the Victorian Public Sphere. *Victorian Studies* 44 (2): 245-274.

¹⁴² Nederlandse studies naar de bezoekersprofielen en de positie van schouwburgen in de negentiende eeuw zijn, naast het werk van Bob Logger, onder andere gedaan door Henk Gras (Rotterdamse Schouwburg), Jan Hein Furnée (Koninklijke Schouwburg Den Haag) en de al eerder genoemde Lambiek Berends (Stadsschouwburg Amsterdam). Het feit dat deze studies gedaan zijn en vaak gelinkt zijn aan *public space theory* duiden aan dat de schouwburgen een grote en belangrijke rol speelden in het publieke leven van de negentiende eeuw.

- Henk Gras. *Een stad waar men zich koninklijk kan vervelen: De modernisering van de theatrale vermakelijkheden buiten de schouwburg in Rotterdam, circa 1770-1860*. Hilversum: Uitgeverij Verloren, 2009.
- Jan Hein Furnée. *Plaatsen van beschaafd vertier: Stadsbesef en stedelijke cultuur in Den Haag, 1850-1890*. Amsterdam: Bert Bakker, 2012.
- Lambiek Berends. *Rozen en Tomaten: De Amsterdamse Schouwburg 1894 - 1994*. Amsterdam: Stadsuitgeverij Amsterdam, 1994.

¹⁴³ Logger, 57.

'openstond' voor iedere burger. De tolerantie vanuit de schouwburgen en kleinere theaters voor iedere laag van de bevolking en visa versa was (toen al) niet vanzelfsprekend.

In de twintigste eeuw zien we een verschuiving van de schouwburg als het middelpunt van het sociale en artistieke leven van de gegoede burgerij naar één van de vele vrijetijdsbestedingen die nu ook door de stijgende welvaart van de middenklasse bezocht kon worden. Film en radio in de eerste helft van de twintigste eeuw en televisie en uiteindelijk het internet en *social media* in de tweede helft beconcurreren het theater en daarmee uiteraard ook de Randstedelijke Schouwburgen. De schouwburgen zijn nog steeds prachtige en imposante gebouwen midden in de grootste steden van ons land, maar hun publieke functie lijkt minder belangrijk te zijn geworden vanwege de opkomst van de vele nieuwe *third places*. Zou het daarom zijn dat er in de literatuur over deze thematiek, de publieke functie van de Randstedelijke Schouwburgen in de hedendaagse samenleving, weinig tot geen onderzoek te vinden is? Van der Velden geeft aan dat er met betrekking tot de twintigste eeuw voornamelijk materiaal bestaat over de functie van bioscooptheaters¹⁴⁴; zou dit een indicatie kunnen zijn voor de achteruitgang van de schouwburg als publieke plek? Wat we daarentegen wel zien is de belangrijke opkomst van de rol van de overheid in ons Nederlandse toneelbestel.

Meerdere theaters worden in ons land gebouwd in de periode na de Tweede Wereldoorlog en een van de belangrijkste taken van de overheid lijkt het theater toegankelijk te maken voor iedereen. De welvaart stijgt, de overheid grijpt in en geeft subsidie waardoor het voor steeds meer mensen mogelijk wordt om het theater te bezoeken en de kaartjes te kunnen betalen. Ondanks dat de schouwburgen in de loop van de twintigste eeuw terrein verliezen aan concurrentie in zowel de eigen sector – bijvoorbeeld aan vlakkevloertheaters en grote *cultiplexen* – als aan andere vrijetijdsbestedingen zoals de bioscoop, televisie, internet, andere *third places* en lange, verre vakanties, kunnen zij mede dankzij het toneelbestel hun bestaan voortzetten.

Echter, vanaf de eenentwintigste eeuw en specifiek vanaf de crisis van 2008, is ook dit toneelbestel niet meer vanzelfsprekend. De overheid trekt zich terug als subsidiegever en dwingt de Randstedelijke Schouwburgen (en de totale culturele sector) om via andere wegen en nieuwe strategieën zichzelf te kunnen bedruipen. Gelukkig blijft het *historisch kapitaal* van de schouwburgen behouden; een eeuwenlange traditie van het beste nationale en internationale talent, bijzondere gebouwen vol herinneringen en, ondanks de fluctuerende beweging, sinds hun ontstaan belangrijke publieke plekken binnen de vier grootste steden van Nederland.

¹⁴⁴ Een goed voorbeeld hiervan is Kuhn, Annette. *Dreaming of Fred and Ginger: Cinema and Cultural Memory*. New York: New York U.P., 2002.

4.4 *Human capital en creative capital*

Ook Richard Florida gebruikt in zijn werk herhaaldelijk het begrip *kapitaal*. Hij verwijst hierin niet expliciet naar de theorie van Bourdieu, maar omdat hij hetzelfde woord hanteert (Florida spreekt uiteraard van *capital*) en daarnaast als sleutelfiguur functioneert in dit onderzoek, zal ik dit hoofdstuk afsluiten met het *capital* waar Florida over spreekt in zijn werk. Bovendien is zijn gebruik van het begrip *capital* van belang om nog beter te kunnen begrijpen wat de Randstedelijke Schouwburgen in huis hebben om als *Creative Community* te kunnen functioneren.

In hoofdstuk drie van dit onderzoek heb ik al kort beschreven over welk *kapitaal* Florida spreekt. Hij onderscheid *human capital* en *creative capital*. Het eerste begrip duidt op geschoolde, ambitieuze, goed opgeleide en ondernemende mensen¹⁴⁵, maar ook op de kwantiteit van de aanwezige personen op een bepaalde plek (in Florida's geval de stad). Florida geeft aan dat het begrip *human capital* te beperkt is voor zijn theorie; het gaat hem niet om het bij elkaar brengen van enkel hooggeschoolde bachelors en toptalent en al helemaal niet om het zomaar bij elkaar brengen van zoveel mogelijk mensen. Hoe meer mensen betekent absoluut niet dat er automatisch ook meer economische groei ontstaat. Kijk maar naar ontwikkelingssteden als Jakarta of Bombay. Deze steden groeien explosief en brengen miljoenen mensen bijeen, maar zijn bij lange na niet zo productief en innovatief als regio's in Japan, Amerika of Europa waar minder mensen per vierkante kilometer wonen. Florida zegt hierover: 'Real economic growth comes not from population growth, but from improvements in productivity.'¹⁴⁶ Met andere woorden: het bij elkaar brengen van *human capital* is niet de sleutel tot economische groei. Maar wat dan wel? Daar komt Florida's tweede begrip om de hoek kijken: *creative capital*. *Creative capital* kijkt niet slechts naar de scholing die mensen hebben gehad, maar kijkt naar het creatieve potentieel dat in elk mens besloten ligt. Florida kijkt niet zozeer naar opleiding als een aanduiding voor vaardigheden die mensen bezitten; hij kijkt naar het werk dat ze daadwerkelijk kunnen doen dankzij hun creatief potentieel.¹⁴⁷ Wanneer er een clustering plaatsvindt van *creative capital* zal volgens Florida eerder economisch kapitaal gegenereerd kunnen worden dan met de samenkomst van *human capital*. Dit komt omdat de ontmoeting tussen deze personen innovatie, talent en creatieve energie vrijlaat die dankzij een sneeuwbaaleffect exponentieel groeit.¹⁴⁸

Florida spreekt in zijn werk over de clustering van *creative capital* in een stad; dit kunnen we echter ook toepassen op de clustering van groepen individuen binnen de Randstedelijke Schouwburgen. Ik kan dit op twee manieren doen. Allereerst heeft het *creatieve kapitaal* van de Randstedelijke Schouwburg betrekking op de creativiteit die er al in huis is voordat er bezoekers komen: de

¹⁴⁵ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 231.

¹⁴⁶ Ibidem, 259.

¹⁴⁷ Ibidem, 194.

¹⁴⁸ Ibidem, 194-195.

kunstenaars, de dramaturgen, de organisatie van de schouwburg zelf. Stuk voor stuk mensen die leven en werken met en van creativiteit. *Creativiteit* is altijd al de motor geweest van de schouwburgen en het theater in het algemeen. Maar de oplettende lezer die tot hier is gekomen weet dat we er nu nog niet zijn. Want om de Randstedelijke Schouwburg volledig te kunnen benutten als *Creative Community* moeten we ook het *creatieve kapitaal* van de bezoekers erkennen. Want bezoekers, in alle maten en in alle vormen, zijn potentiële bronnen voor innovatie en economische voorspoed. Het *creative capital* van Florida kunnen we zien als onderdeel van het *cultureel kapitaal* van Bourdieu. Sterker nog: het belangrijkste onderdeel van het *cultureel kapitaal*. Want, zoals Florida benadrukt: 'I see creativity - the faculty that enables us to derive useful new forms from knowledge - as the key driver of today's economy. [...] Knowledge and information are the tools and the materials of creativity.'¹⁴⁹

4.5 Van theorie naar praktijk

In dit hoofdstuk heb ik getracht het *kapitaal* van de vier Randstedelijke Schouwburgen te duiden aan de hand van zowel het gedachtegoed van Bourdieu als dat van Florida. Daarnaast heb ik gekeken naar het *historisch kapitaal* van de schouwburgen van hun ontstaansperiode tot aan de periode voor de economische crisis van 2008. Op dit moment zijn we vijf jaar verder; er is al veel veranderd in het Nederlandse theaterveld en verdere veranderingen zijn volop gaande. Om in dit onderzoek de meest volledige en actuele beschouwing te kunnen geven op de manier waarop de organisaties van de vier Randstedelijke Schouwburgen omgaan met hun theater als ontmoetingsplek, de eerste stap naar een *Creative Community*, heb ik diepte-interviews afgenomen met de artistieke directie van deze vier theaters. In het volgende hoofdstuk zal ik deze interviews gebruiken om de vier casestudies van dit onderzoek – de Rotterdamse Schouwburg, de Stadsschouwburg Amsterdam, de Stadsschouwburg Utrecht en de Koninklijke Schouwburg Den Haag – aan de hand van Florida's theorie te kunnen analyseren. Deze interviews en analyse geven ons allereerst een kijkje in de praktijk; waar botst bijvoorbeeld visie met praktische belemmeringen? Is het überhaupt zo dat de organisaties dezelfde gedachtegangen volgen als in dit onderzoek, of wordt er gestreefd naar iets totaal anders? Daarnaast geven deze interviews een dieper inzicht in de verschillen en overeenkomsten die er zijn tussen de vier Randstedelijke Schouwburgen. Als laatste dient volgend hoofdstuk als aanvulling op het historiografische deel van dit onderzoek; we kunnen de vier schouwburgen als publieke plekken anno nu duiden en daardoor vergelijken met de manier waarop zij functioneerden in vroegere tijden.

¹⁴⁹ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 30.

5. Casestudies

5.1 Inleiding

Tijdens de interviewsessies werd duidelijk dat alle vier de Randstedelijke Schouwburgen vanuit andere uitgangsposities te werk gaan. Allereerst omdat zij allemaal te maken hebben met de grillen of voordelen van hun eigen unieke stad, ten tweede omdat vanuit verschillende visies gewerkt wordt. Om in dit hoofdstuk met behulp van de interviews de stap te maken van ontmoetingsplek naar *Creative Community*, en van theorie naar praktijk, maak ik gebruik van de 3T's die in dit onderzoek gelden als voorwaarden waaraan voldaan moet worden om als *Creative Community* te kunnen fungeren en daar ook economisch beter van te worden: *Technology* (paragraaf 5.2), *Talent* (paragraaf 5.3) en *Tolerance* (paragraaf 5.4). Deze 3T's heb ik geleend uit het gedachtegoed van Richard Florida; sleutelfiguur in dit onderzoek. In dit hoofdstuk benoem ik per concept de verschillende mogelijkheden waarop deze invulling krijgen binnen de vier schouwburgen. Paragraaf 5.5 zal ik gebruiken om per schouwburg te concluderen in hoeverre zij 'voldoen' aan de eisen die Florida stelt aan een *Creative Community*. In paragraaf 5.6 zal ik mij richten op het beoogde side-effect van een *Creative Community*, economische groei, en op welke manier dit zich manifesteert binnen de vier Randstedelijke Schouwburgen.

5.2 *Technology*

Technology is de eerste T die belangrijk is voor het creëren van economische welvaart in een *Creative Community*. Wanneer we dit begrip bekijken in het kader van de vier Randstedelijke Schouwburgen, kunnen we concluderen dat er op verschillende niveaus gebruikt wordt gemaakt en gebruik kan worden gemaakt van technologie. Het meest voor de hand liggende niveau is dat van de techniek die zich bevindt in de theaterzaal; licht en geluid, takelliften en overige gereedschappen. Ook de totale technische dienst van een theater valt onder dit concept. Maar omdat deze technologie slechts dient ter verbetering van de kwaliteit van het artistieke product in de zaal is deze niet van belang voor dit onderzoek.

De manier waarop technologie betrokken wordt bij de publieke ruimte en wordt ingezet om de kwaliteit van deze ruimte te bevorderen is wel van belang. De Rotterdamse Schouwburg is hiervan een goed voorbeeld. In 2009 is het entreegebied van deze schouwburg ruimschoots verbouwd. De hal van de schouwburg is door flexibele schuifwanden verbonden aan Floor, het café-restaurant. Deze kunnen ieder moment van de dag omhoog om omlaag worden gehaald. Verder is zo'n beetje elk element in de hal flexibel. Er bevindt zich een ronde bar die op drie verschillende plekken kan staan naar gelang de opstelling die nodig is. Daarnaast zijn er twee ingebouwde plekken voor

haltheaters aanwezig, compleet met loopbrug en grit, die met een gordijn gescheiden kunnen worden van de rest van de ruimte. Hierdoor ontstaat er de mogelijkheid om in de hal een theater te creëren. Ook is er in de hal aan de achterzijde een grote mediawand bevestigd, die de mogelijkheid heeft tot projecteren. Deze wand wordt volgens hoofd programmering Walther van den Heuvel veel ingezet bij verschillende activiteiten die plaatsvinden in de hal, maar dient overdag ook als informatievoorziening en als kunstobject. Zo worden er soms foto's van regionale fotografen op vertoond en dagelijks is er vanaf vier uur 's middags het nieuws uit het NRC Handelsblad te lezen. Technologie wordt hier onder andere ingezet om een verbinding te leggen met de wereld buiten de schouwburg. Daarnaast wordt het gebruikt om in de hal van de schouwburg meer mogelijkheden te bieden en deze op verschillende manieren in te richten.

Ook kunnen we de invulling van het concept technologie vinden in 'randprogrammering' die wordt georganiseerd. Deze programma's vinden niet alleen plaats binnen de muren van de theaterzaal maar verplaatsen zich geregeld naar de publieke ruimtes van deze theaters. Bovendien worden ze vaak in samenwerking met andere bedrijven georganiseerd. Zo organiseert De Rotterdamse Schouwburg eens per maand het programma *World Changing Questions*. Tijdens deze avonden zet een jonge ondernemer zijn duurzame businesscase in ter inspiratie voor de avond. Iedere maand komen ongeveer 30-50 *young professionals* en *creatieven* in de Rotterdamse Schouwburg bij elkaar om aan de hand van de gepresenteerde businesscase gezamenlijk tot één heel goed idee te komen. Onderwerpen variëren van bio-industrie tot ecofashion en voedselverspilling.¹⁵⁰ Dit programma vindt plaats in de hal van de schouwburg en er worden presentaties en dergelijke op de mediawand gepresenteerd. Tevens organiseert deze schouwburg eens in de zoveel tijd het Erasmuspodium, Walther van den Heuvel legt uit: 'In samenwerking met de Erasmus Universiteit organiseren we in het haltheater een avond met allerlei snufjes, weetjes en nieuwe wetenschappelijke ontwikkelingen.'¹⁵¹ Ook Amsterdam krijgt via randprogrammering verschillende mensen en nieuwe ontwikkelingen uit de technologische sector in huis. Zij hebben 10% van hun programmeringsruimte beschikbaar gesteld voor het speciale programmaonderdeel *Expanding Theatre*.¹⁵² Zoals de organisatie zelf aangeeft in haar beleidsdocument:

Met *Expanding Theatre* halen we de maatschappij en de actualiteit de Stadsschouwburg binnen en we richten ons daarbij op de randgebieden van theater en op theater in relatie tot onder andere beeldende kunst, film, vormgeving, 'spoken word', populaire cultuur en nieuwe media.¹⁵³

¹⁵⁰ http://www.rotterdameschouwburg.nl/voorstellingen/6659/Enviu_Dnamo_en_de_Rotterdamse_Schouwburg/World_Changing_Questions/, geraadpleegd op 12 februari 2013.

¹⁵¹ Interview Walther van den Heuvel, 26-04-2013

¹⁵² Beleid en Activiteiten 2013-2016. Stadsschouwburg Amsterdam, 5.

¹⁵³ Ibidem, 5.

In dit programma werkt de Stadsschouwburg samen met een aantal min of meer vaste partners¹⁵⁴ en organiseert verschillende evenementen die meerdere vakgebieden samenbrengen tussen de muren van de schouwburg. Op deze manier zien we dat er via randprogrammering en samenwerking met externe bedrijven en organisaties de mogelijkheid ontstaat om technologie, de ontwikkelingen hierin en de sleutelfiguren uit deze sector de schouwburg binnen te krijgen.

Een andere ontwikkeling die zowel in de Stadsschouwburg Amsterdam als de Rotterdamse Schouwburg is doorgezet is de ontwikkeling van *third place* naar *fourth place*; een al eerder in dit onderzoek genoemd concept, geleend uit het werk van Richard Florida. De *fourth place* is een plek waar bewust werk, ontmoeting en community worden samengevoegd.¹⁵⁵ Dit in tegenstelling tot de *third place*, waar de ontmoeting vooral draait om ontspanning, goed gezelschap en interactie; een plek om aan het werk te kunnen 'ontsnappen'. Om een *fourth place* in de publieke ruimte te kunnen bewerkstelligen maken de twee bovengenoemde schouwburgen gebruik van moderne technologie. Dankzij het aanbieden van gratis Wi-Fi plekken in het restaurant, café en/of foyer creëren zij een mogelijkheid voor mensen (vaak ZZP-ers) om met hun laptop een eigen werkplek in te richten in de publieke ruimte van deze schouwburgen. We zien dat technologie er zo direct voor zorgt dat deze schouwburgen er een nieuwe functie bij krijgen: die van *fourth place*. Naast het feit dat mensen nu binnen de muren van deze twee schouwburgen kunnen werken, kunnen zij op deze manier ook makkelijker met elkaar in contact komen en bijvoorbeeld samenwerken, discussiëren en ideeën uitwisselen.

Een ander voorbeeld dat genoemd werd tijdens de gesprekken met de artistieke directie van de vier schouwburgen is de inzet van technologie om de 'transparantie van het vak' te vergroten. Deze term ontleen ik aan de uitspraken van Ellen Walraven, die van mening is dat de Rotterdamse Schouwburg zoveel mogelijk gebruik moeten maken van de technologie en het talent (hier zal ik in de volgende paragraaf op in gaan) dat aanwezig is om de achterkant van het vak te tonen aan de bezoekers. Zij verklaart:

Ik heb het idee dat je heel veel mensen moet uitleggen hoe theater tot stand komt en wat er allemaal voor nodig is om tot die avond of dat resultaat te komen; dat het een unieke ontmoeting is tussen mensen en makers en tussen het publiek en de makers. Mensen vragen zich ook af waarom het allemaal zo duur moet zijn. Wanneer ze dan zien dat mensen om 08.00 's ochtends met een trailer binnen komen rijden dan wordt er meer duidelijk. Ik kan me ook

¹⁵⁴ Een goed voorbeeld hiervan is de non-profit organisatie TEDx: <http://www.tedxamsterdam.com>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

¹⁵⁵ Florida, *The Rise of the Creative Class*, 291-292.

voorstellen dat je de 'making-of' van de schouwburg in de hal laat zien, of andere activiteiten die allemaal samenhangen met het transparanter maken van het werk dat wij doen.¹⁵⁶

Een ander voorbeeld dat Walraven noemt is het organiseren van workshops en lessen die door de technische leden van toneelgezelschappen gegeven kunnen worden. Zo werken volgens haar bij Toneelgroep Amsterdam de beste geluids- en lichtontwerpers, die ook bezig zijn met video-ontwerp voor dit gezelschap. Zij zouden met behulp van de technologie waar zij mee werken hun vakmanschap kunnen delen met anderen (ook hier kom ik op terug in paragraaf 1.3). Op deze manier blijft het gebruik van deze technologie niet beperkt tot de voorstellingen maar kan het ook op een andere manier gebruikt en gedeeld worden met bezoekers. Een laatste voorbeeld van het gebruik van technologie om het vak transparanter te maken, dat op dit moment al wel wordt toegepast binnen de programmering van de Randstedelijke Schouwburg, is het live streamen van voorstellingen buiten de muren van de schouwburg. Dit gebeurde bijvoorbeeld afgelopen juni, bij de voorstelling *Twools* van het Scapino Ballet. Buiten op het Schouwburgplein werd een groot scherm geplaatst dat de voorstelling die zich binnen afspeelde buiten op het plein live 'streamde'. Idee achter deze activiteit is het toegankelijk maken van de voorstelling die zich binnen de muren van de schouwburg afspeelt, aldus Walther van den Heuvel. De argeloze voorbijganger zal geprikkeld worden om te blijven kijken, gratis en zo op een zeer toegankelijke manier kennis te maken met de gebeurtenissen in de schouwburg.¹⁵⁷

Een laatste ontwikkeling in technologie die bij alle schouwburgen naar voren kwam heeft niet zozeer direct betrekking op de dramaturgie van de publieke ruimte, maar is toch belangrijk om te noemen omdat deze vooraf gaat aan en van belang is voor het creëren van een *Creative Community*. Alle vier de schouwburgen zijn op zoek naar een efficiëntere manier om hun backoffice in te richten; dit kan gaan om zowel het kaartverkoopsysteem als om de financiën, HRM, techniek en marketing. Zij proberen de techniek van hun kaartverkoopsysteem te verbeteren, om op die manier een scherpere analyse te kunnen geven van hun bezoekersprofiel en daar beter op in te kunnen spelen met hun ruimtes en programmering. Ook ontwikkelingen als e-ticketing (De Rotterdamse Schouwburg¹⁵⁸) en verbetering van de website en social media (Koninklijke Schouwburg Den Haag¹⁵⁹) zijn manieren die ingezet worden om een beter publieksbereik te ontwikkelen. De Koninklijke Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam zijn op dit moment ook bezig om in samenwerking met culturele partners in de stad de backoffice samen te voegen. Op die manier kan er efficiënter en tegen lagere kosten geopereerd worden. Dit betekent uiteraard dat er op den duur meer geld zal overblijven voor

¹⁵⁶ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

¹⁵⁷ Interview Walther van den Heuvel, 26-04-2013

¹⁵⁸ A Sense of Belonging. Meerjarenbeleidsplan 2009-2012 Rotterdamse Schouwburg, 36.

¹⁵⁹ Subsidieaanvraag Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2013-2016. Koninklijke Schouwburg, 16.

andere zaken zoals de programmering en het inrichten van de publieke ruimtes. Tegelijkertijd betekent dit ook dat de verschillende organisaties beter op de hoogte zullen zijn van elkaars activiteiten, waardoor er veel efficiënter op elkaar afgestemd en ingespeeld kan worden.

5.3 *Talent*

Talent is het tweede belangrijke concept in Florida's model voor economische ontwikkeling. Nu hebben we in voorgaande hoofdstukken al gezien dat de vier Randstedelijke Schouwburgen plekken zijn waar talent al eeuwenlang samenkomt om hun kunsten te laten zien aan publiek. De grootste regisseurs, de beste acteurs en de meest professionele theatergezelschappen (zowel internationaal als nationaal) vinden hun plek op de bühne van deze schouwburgen. Hedwig Verhoeven van de Koninklijke Schouwburg geeft aan:

[...] we hebben een rol te vervullen, gek genoeg, zoals Carré die ook heeft. Waar Carré ook vaak het gevoel geeft aan artiesten van, daar moet je één keer hebben gestaan, is dat bij de Koninklijke Schouwburg ook op kleinere schaal. [...] Die dan één keer dit willen veroveren en dat ook zo voelen; zo van dan heb ik de top bereikt. [...] Dat gaat om artiesten, maar ook om bezoekers. Het is echt een uitje om naar dit gebouw te gaan.¹⁶⁰

De vier Randstedelijke Schouwburgen hebben een sterk professioneel imago dat verankerd ligt in een eeuwenlange geschiedenis, wat betekent dat het concept *talent* al snel gelinkt kan worden aan deze plekken. Om dit talent te tonen kan er meer gedaan worden dan enkel op voorstellingsniveau te opereren. Iedereen die ik voor dit onderzoek gesproken heb is het erover eens dat deze tijd vraagt om een herinrichting van de inhoudelijke diensten die de schouwburgen aanbieden. Steven Peters verklaart:

We moeten heel realistisch blijven, de tijden veranderen. Wat er nu toch dreigt te gebeuren is dat er aanbod verdwijnt omdat producenten het niet volhouden en omdat het publiek terugloopt. Dan is het heel interessant om te kijken hoe je op een andere manier je diensten aan kunt bieden. Op dit moment loopt die discussie: op welke manier willen we gaan inzetten om toch zoveel mogelijk publiek binnen te krijgen?¹⁶¹

¹⁶⁰ Interview Hedwig Verhoeven, 27-06-2013.

¹⁶¹ Interview Steven Peters, 16-04-2013.

Het is daarom van belang om te onderzoeken over welke 'diensten' we het hier hebben. Als het gaat om 'diensten' die vanuit het concept *talent* geleverd worden, kunnen we ons allereerst richten op het talent van de kunstenaars en de vakmensen daarom heen.

Ellen Walraven opteert, zoals we gezien hebben in voorgaande paragraaf, voor transparantie van het theatervak. Zij pleit: 'Aan het theater zitten een aantal waarden vast; kennis, waarden en vakmanschappen. En die vakmanschappen kan je wél delen.'¹⁶² Zo kunnen volgens haar geluids- en lichttechnici hun vakmanschap delen met een geïnteresseerd publiek door middel van het geven van bijvoorbeeld workshops. In het National Theatre in Londen gebeuren dit soort activiteiten al; daar worden door bekende theateracteurs cursussen aangeboden met als titel *speaking in public*. Ook dit zou een bruikbare optie kunnen zijn voor de Rotterdamse Schouwburg, aldus Walraven. Uiteraard geldt dit ook voor de andere drie schouwburgen. Daarnaast heeft Walraven het over 'gidsen'. Deze 'gidsen', volgens Walraven allemaal dramaturgen in hun eigen vak, kunnen ingezet worden om het publiek en de kunsten dichter bij elkaar te brengen. Zij kunnen het publiek leiden en ingang geven tot het begrijpen van de kunsten.¹⁶³ Dit kunnen de kunstenaars zelf zijn, maar ik kan me ook voorstellen dat dit een taak kan zijn van een programmeur van een theater. Trekken we dit nog verder, dan kunnen we zelfs zeggen dat de publieke ruimtes van de schouwburgen zich op kunnen werpen als 'gidsen' voor het publiek. De publieke ruimtes kunnen zo ingericht worden dat zij informatie geven over de schouwburg zelf of over de wereld daarbuiten. Zij kunnen leidend zijn voor de manier waarop het publiek het bezoek aan de schouwburg ervaart en waarop zij bepaalde dingen begrijpt. Dit heeft alles te maken met het dramaturgisch vermogen van de organisatie, die de ruimte zo weet in te richten dat het een publiek kan dienen vanuit de gewenste visie.

Naast het *talent* van kunstenaars hebben we daarom ook te maken met de professionaliteit van de organisaties van de schouwburgen. Op welke manier zijn deze werknemers en –gevers opgeleid? Hoe functioneren ze en op welke manier ontwikkelen ze mee met de veranderingen in de eigen organisatie en het grotere geheel van het veranderende theaterlandschap? De schouwburgen spelen hier op verschillende manieren op in. Zo voert de Koninklijke Schouwburg het programma 'werken en leren' in op het gebied van bedrijfsvoering. In het beleidsdocument staat dat het doel van dit project is om 'onze kennis en ervaring te retourneren aan de samenleving, onze medewerkers vakinhoudelijk bij de tijd te houden, ons mobiliteitsbeleid te kunnen verbreden en op een flexibele wijze een positieve verjongende input te krijgen.'¹⁶⁴ Ook de Rotterdamse Schouwburg legt in de ontwikkeling van zijn personeelsbeleid de nadruk op kennisdeling. Hiermee doelen ze op deling van

¹⁶² Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

¹⁶³ Ibidem, 02-05-2013.

¹⁶⁴ Subsidieaanvraag Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2013-2016. Koninklijke Schouwburg, 18.

de kennis die de organisatie op doet met andere Rotterdamse en Nederlandse instellingen.¹⁶⁵ Ook het feit dat sinds juni 2013 er een sterk inhoudelijke factor bij is gekomen dankzij de aanstelling van Ellen Walraven als directeur, draagt bij aan deze kennisdeling en -versterking.

Naast kunstenaars en de organisatie hebben we in de vier Randstedelijke Schouwburgen te maken met de bezoekers. In deze scriptie beperk ik me niet tot het publiek dat slechts de geprogrammeerde voorstellingen bezoekt, maar elke bezoeker die zich om wat voor reden dan ook binnen de muren van de Randstedelijke Schouwburgen begeeft beschouw ik als publiek. Immers, het gaat in deze thesis om de publieke ruimtes en niet om de theaterzalen. Het is van belang om de bezoeker niet te zien als een passieve toeschouwer, maar als een belangrijke toevoeging aan de Randstedelijke Schouwburg als *Creative Community*. Het is dan ook van belang om te kijken op wat voor manier we het concept *talent* terug kunnen vinden in deze derde speler. Dit talent vinden we bijvoorbeeld terug in de manier waarop de Rotterdamse Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam omgaan met hun publieke ruimte als werkplek. Door een *fourth place* te creëren – een plek die bewust werk, ontmoeting en *community* samenvoegt -, wordt het ook mogelijk voor personen anders dan kunstenaars en organisatie om te werken binnen de muren van de schouwburgen. Door het gebouw open te stellen voor nieuw en ander talent dan er al aanwezig was kan er een grotere broedplaats ontstaan van verschillende vakmanschappen en samenwerkingen. Dit openstellen kan ook gericht gebeuren dan elk willekeurig individu met een laptop naar binnen te lokken. Ellen Walraven stelt voor om ruimtes van de schouwburg aan te bieden aan verenigingen in de stad wanneer deze leeg staan. Zij vertelt:

Eigenlijk zou je tegen verenigingen moeten zeggen de komende jaren: het is ook jouw schouwburg. Als die ruimte leeg is kunnen daar vergaderingen gehouden worden, of als je een pr-filmpje hebt of ergens een optreden dan zouden we daar ook iets mee kunnen doen. Dat je met name die aandeelhouders van de stad, of 'shareholders', betreft in de schouwburg.¹⁶⁶

Op die manier is de schouwburg als publieke ruimte niet alleen eigendom van de organisatie of de schouwburg zelf, maar creëer je mede-eigenaren die mede daarom het belang van het gebouw in gaan zien, aldus Walraven. Het aantrekken van talent kan ook via programmering. Een voorbeeld hiervan is een bezoek van de organisatie TEDx¹⁶⁷ aan de Stadsschouwburg Utrecht; een vol programma waarin verschillende talenten uit verschillende disciplines lezingen en debatten hielden.

¹⁶⁵ A Sense of Belonging. Meerjarenbeleidsplan 2009-2012 Rotterdamse Schouwburg, 56-57.

¹⁶⁶ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

¹⁶⁷ Voor meer informatie over TEDx en de activiteit in de Stadsschouwburg: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/tedx-utrecht-2012-full-creative-potential>, Geraadpleegd op 10 mei 2013.

De Stadsschouwburg organiseerde hier omheen een hele dag met lunches en borrels en opende zijn gebouw voor deze groep *creatieven*. Twee andere voorbeelden zijn het al eerder genoemde programma World Changing Questions geproduceerd door de Rotterdamse Schouwburg en de samenwerking tussen deze schouwburg en de Erasmusstudenten. De traditionele rol tussen bezoeker, kunstenaar en organisatie wordt dankzij dit soort programma's doorbroken. De rollen verschuiven en iedereen wordt eigenaar en verantwoordelijk voor het verloop van de activiteit en de manier waarop de publieke ruimte gebruikt wordt.

Een laatste manier waarop er in de schouwburgen gebruik wordt gemaakt van het concept talent, zien we in de samenwerking tussen de schouwburgen en andere bedrijven. De schouwburgen verlenen bijvoorbeeld gastvrijheid aan talent (Amsterdam aan Toneelgroep Amsterdam, Den Haag aan het Nationale toneel enzovoorts) in het eigen vakgebied. Ook wordt er graag buiten het eigen gebied gekeken. Zo heeft de Rotterdamse Schouwburg een Mediadenktank geïnitieerd waarin mensen zitting hebben vanuit verschillende vakgebieden¹⁶⁸ en werkt Amsterdam dankzij het Expanding Theatre programma samen met vaste partners. De Koninklijke Schouwburg heeft zelfs een 'platform' opgericht om nieuwe inspiratie op te doen en ander talent te ontmoeten. In hun 'platform voor dialoog' zetten zij hun deuren wijd open voor 'een dialoog met publiek, wetenschappers, politici, zakenmensen en kunstenaars in stad en het land. Daartoe werken ze samen met Universiteit Leiden, Nederlandse School voor Openbaar Bestuur (NSOB), Stadsschouwburg Amsterdam en jonge kunstenaars zoals de 'artist in residence' van het NT, Laura van Dolron.¹⁶⁹

5.4 Tolerance

De vier Randstedelijke Schouwburgen zijn publieke plekken; open voor publiek. Zoals we al gezien hebben in hoofdstuk twee van dit onderzoek betekent het feit dat een bepaalde plek een *public space* is, niet meteen dat deze dan volkomen open en toegankelijk is voor iedereen, ook al is dit wel de intentie of het idee achter deze plek. Deze openheid, en voor wie deze openheid geldt, heeft een direct verband met het concept *Tolerance*; de derde T die volgens Florida van groot belang is voor het slagen van een economisch florerende Creative Community. Immers, hoe toleranter een plek, hoe opener deze is voor verschillende soorten mensen en groepen. Iedereen die ik voor dit onderzoek heb gesproken is het erover eens dat hun schouwburg een publieke plek is en zich daarom open zou moeten stellen voor zoveel mogelijk verschillende mensen in de stad en daarbuiten. Zuidema legt de link tussen de historie van de Stadsschouwburg Amsterdam en de gewenste publieke rol:

¹⁶⁸ A Sense of Belonging. Meerjarenbeleidsplan 2009-2012 Rotterdamse Schouwburg, 36.

¹⁶⁹ *De toneelalliantie*. Koninklijke Schouwburg, Nationale Toneel en Theater aan het Spui, 7.

Deze schouwburg is vanaf 2005 verzelfstandigd. Daarvoor was het een gemeentelijke dienst, en werkten er ambtenaren. Dat werkte natuurlijk door in het idee dat je eigenlijk een gebouw bent met een publieke functie. Je moet er eigenlijk voor iedereen zijn en dat betekent altijd zoeken naar een balans tussen die functie en of je programmering daarop aansluit. Desondanks moet je die openheid wel hebben, omdat je anders niet meer die functie hebt waarvoor je eigenlijk in het leven bent geroepen.¹⁷⁰

Walraven is in haar pleidooi voor het theater als publieke ruimte nog het meest uitgesproken. Zij pleit:

Je moet die publieke ruimte [van de Rotterdamse Schouwburg] delen, vind ik, want het is een publieke plek en er zijn nog maar heel weinig publieke plekken in de samenleving. Heel veel bibliotheken kom je ook niet meer in als je geen pasje hebt. Dus vier het!¹⁷¹

Ondanks deze grote erkenning van het theater en in het bijzonder de Randstedelijke Schouwburg als publieke ruimte, ervaart iedere schouwburg dat dit gemakkelijker gezegd dan gedaan is. Alle vier de theaters zien dat het gemiddelde bezoekersprofiel nog steeds het best te omschrijven valt als blank, hoogopgeleid en vaak van middelbare leeftijd; dit zijn de mensen die zijn opgegroeid met de traditie van de lijst en het meeste geld te besteden hebben.¹⁷² Hedwig Verhoeven zegt hierover: 'Ik geloof echt dat waar in de jaren negentig heel erg geprobeerd is om mensen van een andere etnische achtergrond in deze theaters te krijgen, maar dat dat niet zo goed gelukt is. Dat vind ik ook niet raar, omdat daar andere culturele gebruiken geldend zijn.'¹⁷³ Termen als 'bolwerk', 'statisch', 'ondoordringbare vesting' en 'gesloten gebouw'¹⁷⁴ worden door de artistieke directie van deze schouwburgen herhaaldelijk in de mond genomen; het statische imago van de schouwburgen kan een belemmering vormen voor de openheid van deze *public spaces*. Toch zien we dat, mede dankzij de ideologie (of moeten we zeggen: de tolerante houding?) dat de Randstedelijke Schouwburgen publieke plekken zijn en daarom toegankelijk voor iedereen zouden moeten zijn, dat er op verschillende manieren wordt ingezet op deze openheid. Tijdens de gesprekken wordt duidelijk dat zowel de publieke ruimtes van deze schouwburgen hiervoor als sleutels worden gebruikt, als de theaterzalen en de programmering. Aangezien het in dit onderzoek gaat over de invulling en de

¹⁷⁰ Interview Dianne Zuidema, 17-05-2013.

¹⁷¹ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

¹⁷² Interviews met artistieke directie Randstedelijke Schouwburgen.

¹⁷³ Interview Hedwig Verhoeven, 27-06-2013.

¹⁷⁴ Interviews met artistieke directie Randstedelijke Schouwburgen.

dramaturgie van deze publieke ruimtes en niet die van de programmering, zal ik slechts kort ingaan op de manier waarop programmering wordt ingezet om meerdere doelgroepen te gebruiken. Alle schouwburgen richten zich op een breed publiek, zij willen zich niet begeven in de marge zoals vlakkevloertheaters dit vaker doen. Het gaat hen dus niet zozeer om een bepaalde doelgroep binnen te halen met hun voorstellingen; zij willen juist zoveel mogelijk inwoners van de stad dienen. Je zou kunnen zeggen dat Utrecht deze vorm van openheid het actiefst toepast dankzij hun brede programmeringsprofiel. Den Haag is hierin juist het meest gespecialiseerd; zij vertonen jaarlijks 80% toneel, zowel gesubsidieerd als commercieel. De toenmalige directeur Jan Zoet van De Rotterdamse Schouwburg schreef over deze kwestie in het beleidsplan van 2009-2012:

Wij onderschrijven van harte de stellingname in de nota Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2009-2012, dat grote instellingen als de schouwburg geen aanbod kunnen presenteren dat zo breed is dat werkelijk alle bevolkingsgroepen er iets van hun gading in vinden. Toch hebben we ervoor gekozen om als kern van ons beleid in de komende vier jaar het maatschappelijke en publieke draagvlak voor de schouwburg en zijn bespelers te vergroten.¹⁷⁵

Uit bovenstaand citaat wordt duidelijk dat De Rotterdamse Schouwburg, maar tegelijkertijd ook de andere drie schouwburgen, zich in hun publieksbereik niet alleen willen beperken tot hun huidige bezoekersprofiel of enkel leden uit de creatieve sector, maar tot iedereen. Deze wens valt wat mij betreft niet alleen in te willigen door middel van (verbreding van) het programmeringsprofiel. Ook tijdens de gesprekken wordt duidelijk dat er op andere manieren gekeken en aangepast wordt om meerdere en andere groepen binnen te krijgen. Dianne Zuidema geeft aan dat het grootste vraagstuk wat betreft deze identiteit en openheid van de Stadsschouwburg Amsterdam op dit moment is: 'Wat is de positie van de schouwburg, wat wordt er van ons verwacht en in hoeverre kunnen we daar net iets aan draaien of aan tornen zodat we toch aanspreekbaar zijn voor een groter publiek? Zodat we ook een ander gedeelte van het publiek kunnen aanspreken.'¹⁷⁶ Ook geeft zij aan dat het niet wenselijk is om de totale allure of het imago van de schouwburg als bolwerk teniet te doen. Ten eerste omdat de Randstedelijke Schouwburgen toch staan voor een bepaalde kwaliteit en professionaliteit, en ten tweede omdat je het huidige publiek ook niet wilt verliezen. Er zal dus een balans gezocht moeten worden tussen 'high-profile kwaliteit' en 'low-profile toegankelijkheid'. Een voorbeeld van deze balans kan gevonden worden in het organiseren van randprogrammering die zich zowel openstelt naar nieuw publiek als naar nieuwe vormen van performance. De Stadsschouwburg Amsterdam doet dit door het produceren van het programmaonderdeel

¹⁷⁵ A Sense of Belonging. Meerjarenbeleidsplan 2009-2012 Rotterdamse Schouwburg, 11.

¹⁷⁶ Interview Dianne Zuidema, 17-05-2013.

Expanding Theatre; hierover heb ik in de voorgaande paragrafen ook gesproken. Dit programmaonderdeel is echt ontwikkeld om een andere doelgroep aan te spreken dan met de reguliere programmering. Daarnaast laat het zien dat de schouwburg als plek en als gebouw meerdere functies heeft dan enkel theater te laten zien. Dianne Zuidema zegt hierover:

Je kan in de Stadsschouwburg een voorstelling kijken, maar je kunt er ook heen omdat er een avond over duurzaamheid is, omdat het gaat over de Staat van de Stad Amsterdam, of allerlei andere verschillende onderwerpen. Met het Expanding Theatre programma zijn we ook heel erg bezig om andere doelgroepen binnen te krijgen en die ontmoetingsplek te stimuleren.¹⁷⁷

Het hele gebouw wordt gebruikt tijdens dit soort programma's; de foyers en andere publieke ruimtes worden betrokken bij de activiteiten. Omdat het programma vaak nieuwe doelgroepen trekt en laat zien dat het gebouw zich opent voor verschillende zaken, draagt dit onderdeel bij aan de 'open' reputatie van deze plek. Verhoeven geeft aan dat de Koninklijke Schouwburg ook behoefte heeft aan zo'n soort programma. Zij willen gaan inspelen op de verbinding met de stad Den Haag; zo'n programma leent zich daar natuurlijk uitstekend voor. Ook zij is er van overtuigd dat zij hiermee andere doelgroepen naar binnen kan halen dan nu gebeurt met de reguliere toneelprogrammering. Ook in de Rotterdamse Schouwburg wordt er gespeeld met randprogrammering en de functionaliteit van het gebouw. Walther van den Heuvel vertelt dat er door het jaar heen verschillende activiteiten georganiseerd worden die zich bevinden op het grensvlak van kunst. Hij geeft aan dat er feesten zijn geweest waar mensen skatend de hal door gingen. In mei stond er een hiphop circusvoorstelling in het kader van het Circusstad Festival met na afloop een hiphop *battle* en een 'vette party' waar allerlei verschillende mensen op af kwamen. Dit gebeurt zonder een knieval te doen aan niveau of kwaliteit omdat de voorstelling die er staat van groot professioneel niveau is, aldus van den Heuvel. Hij voegt hieraan toe: 'Het is geen halleluja verhaal hoor, want niet alles lukt hier. Absoluut niet. Maar de motivatie, de intentie, als je hier binnenkomt is heel erg: 'kom maar, wat is er te doen?''¹⁷⁸ Deze open attitude tegenover het publiek wordt door de Rotterdamse Schouwburg samengevat in de slogan 'Sense of Belonging', de boventitel van hun beleidsplan 2009-2012. Hieronder valt een open en vriendelijk contact tussen organisatie van de schouwburg, kunstenaars en bezoekers. Dit komt ook tot uiting door de manier waarop de Rotterdamse Schouwburg omgaat met informatievoorziening; elke dag zit er een duidelijk zichtbare

¹⁷⁷ Interview Dianne Zuidema, 17-05-2013.

¹⁷⁸ Interview Walther van den Heuvel, 26-04-2013.

marketingmedewerker beneden in de hal, toegankelijk voor alle vragen van binnenlopend publiek.¹⁷⁹ Steven Peters geeft aan dat in de zoektocht van de Stadsschouwburg Utrecht naar andere doelgroepen er ook naar andere plekken in de stad die kunnen dienen als podium wordt gezocht. Hij doelt hiermee onder andere op het sociaal-culturele project Wijksafari van Adelheid Roosen en ZINA platform.¹⁸⁰ Dit programma is ontwikkeld in De Balie in Amsterdam en is door Steven Peters naar Utrecht gehaald. Omdat er stevig samengewerkt wordt met buurtbewoners uit Zuilen, Ondiep en Overvecht (in Amsterdam was dit Slotermeer), vindt er een wederzijdse gewenning van elkaars 'plek' plaats. Ellen Walraven noemt dit 'wederzijds eigenaarschap'; die wijken komen de schouwburg binnen voor onder andere besprekingen en merken dat zij daar ook mogen zijn en kunstenaars, schouwburgpersoneel en bezoekers komen hun wijken in en worden gastvrij ontvangen. Laten zien dat het gebouw ook voor andere dingen gebruikt kan worden vanuit organisatie en kunstenaars is één van de manieren om het gebouw te openen voor een nieuw en breder publiek. Ook het 'wederzijdse eigenaarschap' valt hier deels onder; het breidt zich uit naar plekken in de stad die als verlengde gezien kunnen worden van de schouwburg.

We kunnen echter nog een stap verder gaan in de mate van openheid en tolerantie van de schouwburg als *plek*. Kunstenaars en organisatie geven invulling aan de schouwburg als plek en als *Creative Community*, maar we hebben te maken met nog een derde speler: de bezoeker. Om deze bezoeker in zijn geheel te tolereren, zullen de schouwburgen ook open moeten staan voor de manier waarop al deze individuele bezoekers de ruimte waarin zij zich begeven willen invullen. De dramaturgie van de ruimte mag volgens deze redenering ook ingevuld worden door de bezoekers. Ellen Walraven geeft aan dat de schouwburg gedeeld moet worden, dat iedere bezoeker eigenaarschap van de ruimte en het gebouw moet kunnen ervaren. Dit kan bijvoorbeeld door vakopleidingen kunst te laten tonen; die kunstenaars krijgen hierdoor het idee dat het gebouw ook van hen is.¹⁸¹ Ook het gebouw openen voor verschillende verenigingen of werkende zzp-ers zijn hier voorbeelden van. Deze interactiviteit hoeft niet beperkt te blijven tot de fysieke plek van een schouwburg, bewijst De Rotterdamse Schouwburg in haar beleidsdocument:

De bezoeker zal (veel) meer betrokken worden bij de schouwburg. Elke bezoeker zal zijn of haar mening kwijt kunnen in de schouwburg zelf (via computers, sms, maar natuurlijk ook persoonlijk) en thuis (via de website). De huidige middelen (brochures, website, e-nieuwsbrief,

¹⁷⁹ Interview Walther van den Heuvel, 26-04-2013.

¹⁸⁰ Voor meer informatie over de Wijksafari: <http://www.zinaplatform.nl/wijksafari/>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

¹⁸¹ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

etc.) en nieuwe middelen worden ingezet om de bezoeker te bereiken; deze middelen dienen vernieuwing, openheid en interactiviteit uit te stralen.¹⁸²

Nu is bovenstaand voorbeeld nog een lichte vorm van inbreng van de bezoeker. Het totaal openstellen van het gebouw aan bezoekers brengt uiteraard ook wat praktische bezwaren met zich mee. Hedwig Verhoeven geeft bijvoorbeeld aan: "[...]Hoe groot dit Huis ook is, niet iedereen kan er zomaar doorheen waggelen. Er hangt beeldende kunst en we hebben een hele grote kunstcollectie in de publieksruimtes."¹⁸³ In de conclusie zal ik verder ingaan op dit dilemma.

5.5 Ranking de Randstedelijke Schouwburgen

Na het lezen van bovenstaande paragrafen wordt het meer dan duidelijk dat alle vier de Randstedelijke Schouwburgen volop bezig zijn met hun positie en functie binnen de stad, zeker in de huidige tijd van bezuinigingen. Deze ontwikkelingen en visies heb ik geplaatst binnen het gedachtegoed van Florida: de 3T's waaraan een *Creative Community* moet voldoen om economisch welvarend te zijn. In deze paragraaf zal ik kort de balans opmaken tussen de verschillende schouwburgen en de voorwaarden die Florida stelt. Welke schouwburg scoort het hoogst op welke T en waar liggen de verschillen? In onderstaande figuur geef ik een schematische samenvatting van de drie voorgaande paragrafen en hoe de verhoudingen liggen tussen de verschillende schouwburgen op het gebied van de 3T's van economische ontwikkeling.

	Rotterdamse Schouwburg	Stadsschouwburg Amsterdam	Stadsschouwburg Utrecht	Koninklijke Schouwburg Den Haag
<i>Technology</i>	++++ ¹⁸⁴	+++	+	+
<i>Talent</i>	+++	+++	++	+++
<i>Tolerance</i>	+++	+++	++(+)	++

Figuur 1.2 De 'score' per Randstedelijke Schouwburg op de 3T's van economische ontwikkeling

In bovenstaande tabel zien we dat vooral de Rotterdamse Schouwburg op het gebied van *Technology* hoog 'scoort'. Deze beoordeling is gebaseerd op het gebruik van technologie in de flexibele hal en café, de samenwerking met mensen uit de technologische sector die uitmondt in

¹⁸² A Sense of Belonging. Meerjarenbeleidsplan 2009-2012 Rotterdamse Schouwburg, 37.

¹⁸³ Interview Hedwig Verhoeven, 27-06-2013.

¹⁸⁴ In figuur 1.2 wordt aangegeven hoe de vier Randstedelijke Schouwburgen 'scoren' op het gebied van de 3T's zoals Richard Florida ze hanteert. Hoe hoger het aantal plusjes, hoe groter de aanwezigheid van deze concepten binnen de desbetreffende schouwburg. In deze tabel ga ik niet uit van een nullijn waar ik de schouwburgen tegen afzet, maar beoordeel ik de schouwburgen op het gebied van de 3T's in relatie tot elkaar.

randprogrammering en de gecreëerde werkplekken in de publieke ruimte. De Stadsschouwburg Amsterdam faciliteert de twee laatstgenoemde punten, hierdoor 'scoren' zij wat lager. Alle schouwburgen richten zich in de backoffice tot een efficiëntere manier van werken, die voor een groot deel door verbeterde technologie kan worden bereikt. De Stadsschouwburg Utrecht en de Koninklijke Schouwburg Den Haag richten zich op dit moment vooral op deze ontwikkeling met betrekking tot *Technology* zoals Florida deze bedoelt, vandaar dat zij lager scoren dan de andere twee schouwburgen.

Talent is de tweede T die ik in voorgaande paragrafen in verband heb gebracht met de vier Randstedelijke Schouwburgen. Zoals al duidelijk werd in paragraaf 5.3, hebben we in alle vier de schouwburgen te maken met groot talent, zowel op het gebied van de artiesten en kunstenaars, als op het gebied van de organisatie zelf. Het gaat er bij deze T dan ook meer om in hoeverre de schouwburgen talent van buitenaf binnenhalen; dit gaat om zowel bezoekers als om mensen uit andere sectoren waarmee samengewerkt kan worden. De Rotterdamse Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam halen dit talent vooral binnen door hun publieke ruimtes open te stellen als werkplekken waar men dag en nacht kan vertoeven. De Koninklijke Schouwburg richt zich hierin tot nog toe vooral op het al eerder genoemde 'Platform voor dialoog' dat zij opgericht hebben ten behoeve van het ontmoeten van ander talent en het opdoen van inspiratie. De Stadsschouwburg Utrecht stelt zichzelf ook graag open voor programma's waarin nieuw talent getoond wordt, zoals de samenwerking met TEDx, maar omdat dit op het moment sporadischer gebeurt dan de ontwikkelingen binnen de andere drie schouwburgen valt de 'score' wat lager uit.

De laatste T die ik in de tabel noem is die van *Tolerance*; dit concept is de meest controversiële van alle drie en leidde ook in de interviews tot veel gespreksstof. Tolerantie zoals Richard Florida dit bedoelt hangt samen met de *openheid* van de *plek* waarin een *Creative Community* gecreëerd wordt. Alle vier de schouwburgen beschouwen de functie van publieke plek van groot belang en schatten deze zeer op waarde. Ook zijn zij alle vier, alhoewel op verschillende manieren en soms vanuit verschillende uitgangspunten, bezig met het bereiken van meer en bredere doelgroepen en het vergroten van de toegankelijkheid zonder af te doen aan de kwaliteit en professionaliteit van de schouwburg als plek en organisatie. Toch zien we dat de Rotterdamse Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam het hoogst 'scoren' op *Tolerance*. Dit verschil uit zich enkel en alleen in de manier waarop zij hun gebouw letterlijk openstellen voor bezoekers. Zij zijn langer open en geven de bezoekers meer ruimte om als participanten op te treden binnen de publieke ruimtes dan de andere twee schouwburgen. Daarnaast biedt hun randprogrammering (Expanding Theatre, World Changing Questions, Erasmus Podium) toegang voor veel bredere doelgroepen dan alleen de theaterbezoekers. In figuur 1.2 zien we bij de Stadsschouwburg Utrecht een plusje tussen haakjes

staan. Dit plusje doelt op de brede programmering die deze schouwburg handhaaft, om zoveel mogelijk inwoners van de stad te bedienen. In principe gaat het in dit onderzoek niet om de programmering maar om de invulling van de publieke ruimtes. Toch vind ik het noodzaak om dit punt te benadrukken, omdat het een belangrijk onderdeel is van het imago van de Stadsschouwburg Utrecht en op een ander niveau toch onder *Tolerance* genoteerd kan worden.

Ondanks al deze inspanningen hebben we in paragraaf 5.4 kunnen zien dat het niet alleen rozengeur en maneschijn is als het gaat om deze laatste T. Alle vier de schouwburgen hebben nog steeds te 'kampen' met een grotendeels 'wit publiek' en blijft het steeds weer zoeken naar manieren om de drempel voor andere doelgroepen te verlagen. Met andere woorden: de schouwburgorganisaties hebben tolerantie hoog in het vaandel staan, maar in de praktijk betekent dit nog niet meteen honderd procent resultaat.

Nu we hebben gezien hoe de vier Randstedelijke Schouwburgen 'scoren' op de 3T's van economische ontwikkeling, is het nog interessant om te kijken hoe deze schouwburgen zelf aankijken tegen de *Creative Community* van Florida. Is het überhaupt wel hun ambitie om dit na te streven en zo ja, in hoeverre? De organisatie van de Stadsschouwburg Amsterdam en van de Stadsschouwburg Amsterdam sluiten in hun visie het meest aan bij het voorstel van dit onderzoek. Zij stellen hun gebouw open en zijn echt bezig met het ontwikkelen van een Stadsfoyer; een ontmoetingsplek waar mensen ook kunnen 'werken en leven'. De Koninklijke Schouwburg Den Haag staat op dit moment aan het begin van deze ontwikkelingen, maar kijkt met groot enthousiasme en een kritische blik naar de ontwikkelingen in de twee voorgenoemde schouwburgen. Hedwig Verhoeven zegt hierover:

Het is nog niet zo dat je op een dag zomaar kunt binnenlopen. Dat zouden we wel meer willen. En dan zou ik - dat leer ik ook van mijn collega's - er een minder sterke alleen maar horecafunctie van de begane grond willen maken dan dat Amsterdam heeft, en ik zou er ook een minder sterke alleen maar theaterfunctie maken zoals Rotterdam lijkt te gaan krijgen. Het moet een mix zijn tussen mensen die het gewoon een prettige plek vinden om te vertoeven, maar tegelijkertijd toch heel erg snel op het idee komen: als ik er nu toch ben, is het toch wel leuk om ook nog naar het theater te gaan.¹⁸⁵

Verder is Verhoeven er van overtuigd dat een goed gespecialiseerd aanbod in samenwerking met de andere podia zorgt voor een volledige invulling van hun functie als culturele ontmoetingsplek in de

¹⁸⁵ Interview Hedwig Verhoeven, 27-06-2013.

stad. Zij ziet het belang van deze plek in een groter geheel: de verschillende plekken die samen één plek vormen. De Koninklijke Schouwburg Den Haag zoekt op dit moment naar deze creatieve ontmoetingsplek in de toneelalliantie die zij zijn aangegaan met de andere culturele organisaties in de stad. Steven Peters van de Stadsschouwburg Utrecht heeft een andere visie op wat zijn theater zou moeten zijn en wat er daarvoor moet gebeuren; hij gelooft niet dat een *Creative Community* de keuze is die de stadsschouwburg in Utrecht zou moeten maken. Hij verklaart:

Het is een combinatie van een andere uitgangspositie en van een ander gebouw. Ons gebouw leent zich daar niet zo makkelijk voor, want dan zou je heel veel andere dingen moeten laten. [...]. In onze zoektocht naar diversiteit trekken we vooral de stad in, naar buiten. Dat is weer een keuze hé.¹⁸⁶

Natuurlijk is het wel belangrijk, ondanks dat de Stadsschouwburg absoluut niet gaat voor de titel "Huiskamer van Utrecht", om zo servicegericht mogelijk te zijn en de hoogst mogelijke comfort aan te bieden, aldus Peters.¹⁸⁷

5.6 Van economische crisis naar economische groei?

Nu we hebben gezien in hoeverre de vier Randstedelijke Schouwburgen voldoen aan de 3T's van economische ontwikkeling die Richard Florida onderscheidt in zijn onderzoek en hoe de schouwburgen zelf tegen dit gedachtegoed aankijken, kunnen we ons richten op het belangrijke effect dat deze concepten volgens hem zouden moeten hebben: economische welvaart. In deze thesis onderzoek ik of het ontwikkelen van een *Creative Community* binnen de muren van de Randstedelijke Schouwburgen een alternatieve bron van financiering kan zijn ter (gedeeltelijke) vervanging van het oude systeem van subsidies. Immers, de tijden zijn veranderd; daar is iedereen met wie ik heb gesproken in het kader van dit onderzoek het over eens. De realiteit is hard; er is veel ambitie maar minder geld. Steven Peters verduidelijkt:

Wat er nu toch dreigt te gebeuren is dat er aanbod verdwijnt omdat producenten het niet volhouden en omdat het publiek terugloopt. Dan is het heel interessant om te kijken hoe je op een andere manier je diensten aan kunt bieden.¹⁸⁸

¹⁸⁶ Interview Steven Peters, 16-04-2013.

¹⁸⁷ Ibidem, 16-04-2013.

¹⁸⁸ Ibidem, 16-04-2013.

In de vorige paragraaf hebben we gezien dat de organisatie van de Rotterdamse Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam zich ten doel hebben gesteld om, naast de programmering, een creatieve ontmoetingsplek te zijn in de stad; een plek waar niet alleen theater wordt bekeken, maar als het ware ook geleefd en gewerkt kan worden. Dag en nacht. De vraag is nu natuurlijk of de Rotterdamse Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam dankzij hun aanpassingen tot *Creative Community* economisch welvarender zijn dan de andere twee Randstedelijke Schouwburgen, die niet (Utrecht) of nog niet (Den Haag) kiezen voor deze functie. Tijdens de interviews werd duidelijk dat op dit moment in het proces lastig was om überhaupt duidelijk te krijgen wat het creëren van zo'n *Creative Community* doet voor concrete inkomstcijfers. De horeca op zich zorgt uiteraard voor extra inkomsten, zowel voor de uitbater als voor de schouwburg zelf (hoeveel deze winst bedraagt voor beide partijen is natuurlijk afhankelijk van de afspraken die gemaakt zijn). Deze kan dienen als vervanging van de subsidiebudgetten, maar is daarmee nog geen indicatie van economische groei dankzij het creëren van een *Creative Community*. Immers, een horecazaak bezitten op zich betekent dat er een plek is waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, maar nog niet dat dit meteen een *Creative Community* is. Dianne Zuidema voegt toe:

Of het [bezoek aan Stanislavski] echt een impuls geeft aan de doorstroom van het cafépubliek naar de zalen, dat vraag ik me af. Het is lastig, want hoe meet je dat? Mensen die in de horeca komen, kun je vragen of ze hier ook weleens naar programma's of voorstellingen gaan. Maar misschien deden ze dat ook wel voordat ze kwamen.¹⁸⁹

Concrete onderzoeken zijn hierover nog niet uitgevoerd of zijn op dit moment bezig. Zo houdt De Rotterdamse Schouwburg op dit moment een heel fijnmazig onderzoek omtrent hun bezoekers en waarom deze bezoekers de schouwburg binnenkomen. Ook Amsterdam start binnenkort met een Branding traject, waarbij ze opnieuw zullen inzoomen op hun functie als *Creative Community* en de resultaten daarvan. Een reden dat er nog geen concrete resultaten zijn van de eventuele vruchten die deze functie afwerpt, zou kunnen zijn dat deze ontwikkeling pas zeer recentelijk ingezet is. Zowel de Rotterdamse Schouwburg als de Stadsschouwburg Amsterdam hebben in de jaren 2008 en 2009 verbouwd en hebben sinds het laatstgenoemde jaar hun publieke ruimtes echt ingezet om op een andere manier bezoekers binnen te krijgen. Het feit dat deze verbouwingen en veranderingen veel vragen van het personeel – 'eerst moet alles zijn plek krijgen', aldus Zuidema, 'daarna is er pas ruimte om creatief na te denken over de gevolgen en het vervolg van deze veranderingen'¹⁹⁰ -, betekent dat het een tijd kan duren voordat de (financiële) balans opgemaakt kan worden.

¹⁸⁹ Interview Dianne Zuidema, 17-05-2013.

¹⁹⁰ Ibidem, 17-05-2013.

Wat we echter wel zien is dat de Stadsschouwburg Utrecht bezoekersaantallen heeft¹⁹¹ die hoog uitsteken boven die van de andere drie schouwburgen. Dit ondanks hun keuze om niet voor het Grand-Café, die kan dienen als basis voor een *Creative Community*, te gaan. Dit is in tegenspraak met de theorie van Florida, die juist beweert dat de plekken waar een *Creative Community* tot stand gebracht kan worden, of al is ontstaan, het meest welvarend zijn. Maar, kunnen we ons afvragen, betekent een groter aantal bezoekers ook meteen de hoogste economische welvaart? Zoals we gezien hebben in het gedachtegoed van Florida, betekent zoveel mogelijk mensen bijeenbrengen niet meteen dat dit zorgt voor meer productiviteit en daardoor economische welvaart.¹⁹² Wanneer we kijken naar de vier Randstedelijke Schouwburgen betekent meer betalende bezoekers uiteraard wel direct hogere economische welvaart, omdat iedere betalende bezoekers op een directe manier geld in het laatje brengt. Toch ben ik nog steeds van mening dat het creëren van een Creative Community een financieel slimme zet kan zijn, omdat het ook bij kan dragen aan financiering die komt vanuit andere bronnen dan enkel betalende bezoekers voor kaartjes of voor de horeca. Ellen Walraven oppert hiervoor enkele ideeën:

Wat je kan doen is dat je het bedrijfsleven probeert te interesseren. Ik vind het bijvoorbeeld belangrijk dat alle kinderen in Rotterdam in ieder geval één keer naar het theater gaan. Het is natuurlijk niet gewoon halen, brengen en klaar. We willen dat het een groter project is. Dat je bijvoorbeeld van het ontstaan en het maken van een project, van de waarde die dat oplevert, een mini-documentaire maakt van drie minuten en die je die avond op het scherm kan tonen. Dat is waar sponsoring over gaat natuurlijk. De sponsor kan laten zien dat hij investeert in de stad, investeert in de jeugd.¹⁹³

Walraven noemt dit de maatschappelijke *return of their investments*; grote bedrijven die in deze tijd beschuldigd worden van zelfverrijking en uitbuiting kunnen op deze manier op een heel duidelijke manier betrokkenheid tonen. Dit soort projecten zal ze waarschijnlijk eerder over de streep trekken dan het sponsoren van één extra opera in een festival, aldus Walraven. Kortom: die extra functie van *Creative Community* biedt een ruimer draagvlak waar potentiële sponsors weer op kunnen inspelen. Zuidema beschrijft het bredere draagvlak dat er gecreëerd kan worden dankzij de ontwikkeling van een *Creative Community* op de volgende manier: 'Je zou de schouwburg kunnen zien als tegenwicht voor de platte horeca op het Leidseplein. Een tegenwicht voor het consumentengedrag.'¹⁹⁴ Het zou daardoor een plek kunnen zijn die meer *kapitaal* in zich draagt dan enkel het financiële *kapitaal*. Dit

¹⁹¹ Ondernemingsplan Stadsschouwburg Utrecht 2013-2016. *Podium van de Stad – de Stad als Podium*, 4-5.

¹⁹² Florida, *The Rise of the Creative Class*, 259.

¹⁹³ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

¹⁹⁴ Interview Dianne Zuidema, 17-05-2013.

verschil met de 'platte' horeca kan ook weer ingezet worden om economisch te groeien. Walraven legt uit hoe dit heeft gewerkt in De Balie:

We zijn namelijk allemaal bezig met *Creative Communities* en met de 'creatieve stad' Amsterdam; ook vanuit de overheid. Wat ik weleens heb gedaan is dat ik aan mensen vroeg of ze, in ruil voor een koffiebon, mij lieten weten wat ze deden. Waardoor ik aan subsidiënten kon zeggen: 'Hier zitten de grafisch ontwerpers, hier zitten de architecten, kijk maar wat mijn bonnetjes van deze week waren.' Je subsidieert geen horecatent, maar het is een permanente plek die aanstaat en daar drinken mensen ook iets bij.¹⁹⁵

Dit maakt de Balie als culturele instelling geen subsidieslurper die voor een zeer beperkt publiek voorstellingen programmeert en geopend is, maar een plek die tegelijk platform en initiator is voor verschillende initiatieven en projecten, zowel binnen als buiten de kunstsector. Immers, iedereen mag naar binnen en hier werken, dit blijft niet beperkt tot de creatieve sector.

Verder stellen alle vier de Randstedelijke Schouwburgen hun publieke ruimtes open voor verhuringen. Dit is, naast de financiële voordelen, tevens een manier om ander publiek binnen te krijgen dat normaal niet zo snel binnenkomt. Toch heeft dit weinig te maken met het creëren van een *Creative Community* zoals Florida deze bedoeld heeft. Bij een verhuring hebben we namelijk te maken met een *limited public space*, of in de woorden van Florida, een intolerante plek. Deze plek is tijdens de verhuring namelijk slechts toegankelijk voor een selecte groep genodigden. Wel betekenen deze verhuringen extra inkomsten voor de schouwburgen; een verhuring kan bijvoorbeeld financieel opwegen tegen een risicovolle voorstelling.¹⁹⁶

We zien dat het op dit moment lastig is om een secure en volledige uitspraak te kunnen doen over de manier waarop het creëren van een *Creative Community* bijdraagt aan de economische groei van de vier Randstedelijke Schouwburgen. Dit is vooral te wijten aan het feit dat de ontwikkelingen hieromtrent vrij recent zijn en daarnaast nog lang niet uitontwikkeld. Of het creëren van een *Creative Community* voor de Randstedelijke Schouwburgen daadwerkelijk de weg is naar economische welvaart, is op dit moment niet objectief vast te stellen met onderzoeksresultaten. Met het verloop van de tijd zullen onder andere bovenstaande mogelijkheden aan de hand van statistisch onderzoek moeten uitwijzen of deze graag geziene economische groei toch bevestigd kan worden.

¹⁹⁵ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

¹⁹⁶ Interviews artistieke directie Randstedelijke Schouwburgen.

6. Tot Slot

6.1 Conclusie

In dit onderzoek ben ik gestart vanuit de volgende vraagstelling: *Op welke manier zijn de Randstedelijke Schouwburgen als plek inzetbaar voor het creëren van een Creative Community?* Het concept *Creative Community*, geleend uit het gedachtegoed van Richard Florida over stedelijke ontwikkeling in Noord-Amerika en Europa, heb ik toegepast op de situatie van de vier Randstedelijke Schouwburgen: –de Rotterdamse Schouwburg, Stadsschouwburg Amsterdam, Koninklijke Schouwburg Den Haag en Stadsschouwburg Utrecht . Florida's werk laat zien dat er een verband bestaat tussen het creëren van een *Creative Community* en het ontstaan van financiële groei. De huidige tijd van overheidsbezuinigingen en andere financiële tekorten binnen het Nederlandse theaterveld vraagt om nieuwe oplossingen en strategieën om deze verliezen tegen te gaan; het voorstel in dit onderzoek met betrekking tot het creëren van een *Creative Community* binnen de muren van de vier Randstedelijke Schouwburgen is er hier één van. Met andere woorden: In deze thesis heb ik getracht een basis te leggen in het onderzoek naar de manier waarop de Randstedelijke Schouwburgen met een *dramaturgie* vanuit artistiek kapitaal een zogeheten *Creative Community* kunnen ontwikkelen die mede zou kunnen leiden tot economisch kapitaal. Om dit te onderzoeken heb ik allereerst de schouwburgen als onderzoeksobject gekarakteriseerd en beschreven. Dit heb ik gedaan vanuit het *public space theory* perspectief; de Randstedelijke Schouwburg als publieke ruimte en ontmoetingsplek. Daarna heb ik aan de hand van de theorie van Florida – en aanverwante en ondersteunende theorieën zoals het werk van Eger en Landry – onderzocht aan welke voorwaarden deze vier theaters moeten doen om als *Creative Community* te kunnen fungeren. We hebben gezien dat dit de 3T's van economische ontwikkeling zijn: *Technology, Talent* en *Tolerance*. Hierna heb ik onderzocht welk verschillend *kapitaal* – zowel het huidige *kapitaal* als het *historische kapitaal* - de vier casestudies van dit onderzoek in huis hebben en op welke manier dit *kapitaal* onder te verdelen valt in de 3T's van economische ontwikkeling. Daarnaast heb ik gebruik gemaakt van diepte-interviews en beleidsdocumenten, om tot een gedegen en goed onderbouwde toetsing te kunnen komen. Deze toetsing liet ons niet alleen zien in hoeverre de vier Randstedelijke Schouwburgen voldoen aan de 3T's van financiële ontwikkeling, maar ook welke strategieën er door de verschillende organisaties worden toegepast om hun ruimte in te zetten. In het vorige hoofdstuk hebben we gezien hoe deze strategieën zich op verschillende manieren uiten bij de vier Randstedelijke Schouwburgen en dat deze *dramaturgie* niet bij elke schouwburg even centraal wordt ingezet. Zo zagen we dat vooral de Rotterdamse Schouwburg en de Stadsschouwburg Amsterdam op verschillende manieren hun plek inzetten ten behoeve van een *Creative Community*.

Aan het andere uiteinde van het spectrum zien we de Stadsschouwburg Utrecht, die juist geen heil ziet in deze functie. Ergens hier tussenin bevindt zich de Koninklijke Schouwburg Den Haag. Zij zijn geïnteresseerd in bepaalde elementen van de schouwburg als *Creative Community*; daarbij laten ze zich graag inspireren door Amsterdam of Rotterdam. Echter, zij zien deze functie op dit moment nog altijd meer in dienst staan van de programmering en hun functie als platform voor de podiumkunsten, dan de manier waarop dit ingevuld wordt in de Rotterdamse Schouwburg of Stadsschouwburg Amsterdam. Het was absoluut niet de inzet van deze thesis om dé ideale oplossing te geven op de vraag hoe er vanuit artistiek kapitaal economisch kapitaal gegenereerd kan worden. Deze thesis zoekt slechts op hypothetische wijze naar de manier waarop één van deze strategieën bruikbaar en inzetbaar zou kunnen zijn in de huidige tijd van bezuinigingen vanuit overheid, bedrijfsleven en publieke giften.

Wat dit onderzoek niet getoetst heeft en wat er op dit moment dus ook nog niet geconcludeerd kan worden is of de aanpassingen die de Rotterdamse Schouwburg en Stadsschouwburg Amsterdam hebben doorgevoerd ten behoeve van het creëren van een *Creative Community* vanuit artistiek inhoudelijk niveau, ook daadwerkelijk een grotere economische groei veroorzaken of zullen gaan veroorzaken. Hiervoor zijn vanuit de Schouwburgen nog te weinig concrete metingen gedaan en zijn de aanpassingen en acties op dit moment nog te veel in ontwikkeling om hier al duidelijkheid over te kunnen scheppen. Een belangrijke suggestie voor vervolgonderzoek is dan ook om dit economische effect zichtbaar te maken aan de hand van gedetailleerde metingen en statistisch onderzoek. Vragen van waaruit dit onderzoek kan starten zijn bijvoorbeeld: Op welke manier komt er geld binnen? Komt dit door activiteiten en aanpassingen in en aan de publieke ruimtes? Is er sponsoring gestart die te maken heeft met het bredere draagvlak van de schouwburgen door aanpassingen aan de publieke ruimtes? Zien we een verbetering in de manier waarop publieke ruimtes worden bezocht? Welke aanpassingen heeft de Koninklijke Schouwburg uitgevoerd en wat heeft dit gedaan voor hun bezoekersprofiel? Bereiken zij gemakkelijker andere doelgroepen en zorgt dit voor meer inkomsten? Hiernaast kan er ook gedacht worden aan uitbreiding naar andere schouwburgen en grote zaal theaters in Nederland. Hierbij kan gedacht worden aan het Parktheater te Eindhoven, Theaters Tilburg, de Leidse Schouwburg, de Stadsschouwburg Haarlem, Theater aan het Vrijthof in Maastricht en Stadsschouwburg Groningen.

6.2 Besluit

In dit onderzoek wil ik besluiten met een aantal kritische laatste overwegingen waarin ik al een voorzet heb gegeven in hoofdstuk twee, paragraaf 2.4. In dit onderzoek heb ik nadrukkelijk de keuze gemaakt om mijn onderzoeksobject te benaderen vanuit het perspectief van *public space as civic*

order (burgerlijke orde). Dit perspectief is gebaseerd op de gedachte dat de publieke ruimte maakbaar en geordend is en dat de kwaliteit van sociale interactie en ontmoeting de belangrijkste ingrediënten van deze ruimte zijn. Dit perspectief schreeuwt: 'aanpakken, we kunnen alles maken wat we willen!' De wereld is immers toch maakbaar. Ook Florida beschouwt de wereld als zodanig; via grondig onderzoek concludeert hij dat door middel van het invullen van een aantal voorwaarden, een ruimte kan voldoen aan de eisen van een *Creative Community*. Dit optimistische geloof in de maakbaarheid van de wereld in het werk van Florida roept, ondanks zijn gedegen onderzoeksmethoden en argumentatie, vraagtekens op bij sceptici. Want is de wereld wel zo ordelijk als deze theorie doet lijken? En betekent het 'stappenplan' van Florida toepassen gegarandeerd succes? Niet altijd, beweert mediawetenschapper Steffen van Zundert: Het falende Detroit, Michigan zou ooit worden gered door het implementeren van een *Creative Community*. [...] Die stad is nu officieel failliet.¹⁹⁷

Ook op theoretisch niveau wil ik kort ingaan op de kanttekeningen die we kunnen plaatsen bij de manier waarop Florida de publieke ruimte benadert. Zoals we al in paragraaf 2.4 hebben gezien bestaan er verschillende geluiden in het discours over *public space*. Waar Florida uitgaat van het belang van de sociale interactie in een ruimte die door het scheppen van een ordelijke structuur gestimuleerd kan worden, zijn er ook tegenstanders die de publieke ruimte juist zien als een 'slagveld' van botsende meningen en overtuigingen. Orum en Neal beschrijven het benaderen van de publieke ruimte vanuit dit perspectief als *Power and Resistance*: de publieke ruimte is niet maakbaar, maar is altijd onderhevig aan bestaande machtsverhoudingen en botsende *actoren*.¹⁹⁸ Filosofe Chantal Mouffe pleit in haar artikel *Artistic Activism and Agonistic Spaces* (2007) dat deze confrontatie tussen botsende *actoren*, zonder mogelijkheid tot een uiteindelijk verzoening, de enige werkelijke realiteit is.¹⁹⁹ Er bestaat volgens haar niet zoiets als rationele *consensus*²⁰⁰ – verschillende mensen met verschillende meningen laten zich in een gesprek leiden door het beste argument – in de publieke ruimte; dit is enkel een mooi laagje chroom over een samenleving die aan elkaar hangt van afspraken en de op dat moment heersende machtsverhoudingen. Wanneer de organisaties van de Randstedelijke Schouwburgen hun theaters meer zouden openstellen voor het publiek en hen daarmee het 'eigenaarschap'²⁰¹ zouden geven waarover Ellen Walraven herhaaldelijk spreekt, zou dit volgens het gedachtegoed van Mouffe en gelijkgestemden betekenen dat de schouwburgen te maken krijgen met tegengestelde ideeën en botsend gedrag. Dit is een toch ietwat andere uitkomst

¹⁹⁷ Steffen van Zundert, 20 juli 2013. /

http://www.mlive.com/news/detroit/index.ssf/2013/02/creative_class_author_richard.html, geraadpleegd op 12 augustus 2013. / <http://www.nrc.nl/nieuws/2013/07/18/detroit-is-bankroet-grootste-gemeentelijke-faillissement-in-de-vs-tot-nu-toe/>, geraadpleegd op 12 augustus 2013.

¹⁹⁸ Orum en Neal, 77-82.

¹⁹⁹ Mouffe, 3.

²⁰⁰ Habermas.

²⁰¹ Interview Ellen Walraven, 02-05-2013.

dan de interactie, samenwerking, innovatie met als gevolg de economische groei waar Florida voor pleit in zijn *Creative Community*.

Toch ben ik van mening dat een *Creative Community* binnen de vier Randstedelijke Schouwburgen mogelijk is als een plek waar vanuit de voorwaarden van Richard Florida interactiviteit, samenwerking en innovatie kan ontstaan, mits er rekening wordt gehouden met de verschillende ideeën en gedragingen die bij meer openheid van deze *plekken* eerder regel dan uitzondering worden. Immers, wie meer regie uit handen geeft moet accepteren dat een ander het op een andere manier kan doen. Er zal door de organisaties van de schouwburgen herhaaldelijk opnieuw gekeken moeten worden naar de *dramaturgie* van deze ruimte omdat deze niet alleen gevormd wordt door de organisatie zelf, maar door alle 'mede-eigenaren'.

Daarnaast kan ik, tot besluit, een belangrijke overeenkomst ontdekken in de manier waarop in de gebruikte bronnen in deze thesis gesproken wordt over de relatie tussen *public space* en kunst. Ondanks de tegenovergestelde focus op *public space*, pleiten zoals we gelezen hebben zowel Barber²⁰² en Mouffe²⁰³ voor de grote rol van kunstenaars in het zichtbaar maken en het bewerken van deze publieke ruimtes. Beiden achten het belang van kunstenaars en hun kunst in de publieke ruimte van groot belang. De publieke ruimtes van de Randstedelijke Schouwburgen vanuit een artistieke strategie (het creëren van een *Creative Community*) inzetten om economische groei te genereren, dient hierdoor een hoger doel dan enkel zelfbehoud van deze vier culturele organisaties. Deze theaters dragen op hun beurt al sinds jaar en dag zorg voor de meest talentvolle kunstenaars en theatermakers; juist die personen die hun kritische licht laten schijnen op onze maatschappij en ons op die manier nieuwe inzichten over onszelf en onze omgeving kunnen verschaffen.

Randstedelijke Schouwburgen, gooi de deuren open, dit moeten we vieren!

²⁰² Barber, 6.

²⁰³ Mouffe, 3.

7. Bibliografie

Barber, Benjamin. 2009. The Art of Public Space, *The Nation* 6: 6-8.

Beeckmans, Joke. 2012. Theater met een vertrouwd gezicht. *NRC Handelsblad – Cultureel Supplement*, 21 december, 7.

Berends, Lambiek. *Rozen en Tomaten: De Amsterdamse Schouwburg 1894 - 1994*. Amsterdam: Stadsuitgeverij Amsterdam, 1994.

Bleeker, Maaïke. 2003. Dramaturgy as a mode of looking, *Women & Performance: a journal of feminist theory* 13 (92): 163-172.

Bockma, Harmen. 2012. Kunst in regio krijgt grootste klappen. *De Volkskrant*, 2 augustus.

Bourdieu, Pierre. 'De productie van geloof'. In: *Pierre Bourdieu: Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Gekozen door Dick Pels. Amsterdam: Van Genneep, 1992.

Bourdieu, Pierre. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*. Amsterdam: Van Genneep, 1994.

Bourdieu, Pierre. *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. London: 1989.

Bourdieu, Pierre. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Ed. Randal Johnson. Cambridge: Polity Press, 1993.

Couperus, Louis. *Eline Vere*. Herziene uitgave – Amstel Klassiekers. Wageningen: Uitgeverij L.J. Veen, 1978.

Cultuurredactie. 2013. Daling giften treft vooral cultuursector. *NRC Handelsblad*, 25 april.

Damhuis, Koen. *De virtuele Spiegel: Waarom Facebook ons ongelukkig maakt*. Utrecht: Uitgeverij De Arbeiderspers, 2012.

Eger, John M. 2006. Building Creative Communities: The Role of Art and Culture. *The Futurist* 40 (2): 18-22.

Florida, Richard. *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure*. 2nd ed. New York: The Perseus Books Group, 2012.

Florida, Richard. *Who's your city? : how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. New York: Basic Books, 2008.

Foucault, Michel. 1997. Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias. In *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, ed. Neil Leach, 330-336. NYC: Routledge.

Gielen, Pascal. *Kunst in Netwerken: Artistieke selecties in de hedendaagse dans en beeldende kunst*. 2nd ed. Tiel: Uitgeverij Lannoo, 2008.

Gorman, Lyn en McLean, David. *Media and society into the 21st century: A historical introduction*. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons, 2009.

Habermas, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Translated by Thomas Burger. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1989.

Heertje, Arnold. 2006. De neuslengte van de markt. In *Boekman 68: Kunst en Commerce*, ed. Anita Twaalfhoven, 25-27. Amsterdam: Boekman.

Hogendorf, Marieke. *Het Cultiplex: Theater van de toekomst? Een onderzoek naar de succesfactoren van het cultiplex, aan de hand van een casestudy bij De Verkadefabriek in Den Bosch*. Utrecht: Universiteit Utrecht, 2007.

Kerkhoven, Marianne van. *Van het kijken en van het schrijven; teksten over theater*. (Antwerpen: van Halewyck, 2002).

Landry, Charles. *The creative city : a toolkit for urban innovators*. London: Comedia, 2000.

Langeveld, Cees. *Prikkelende podia: 40 adviezen hoe je podiumkunsten efficiënt kunt presenteren*. Rotterdam: Erasmus University Press, 2011.

Logger, Bob. *Theaters in Nederland sinds de zeventiende eeuw*. Amsterdam: Theater Instituut Nederland, 2007.

Maanen, Hans van. *Het Nederlandse toneelbestel van 1945 tot 1995*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1997.

Mouffe, Chantal. 2007. Artistic Activism and Agonistic Spaces. *Art & Research* 1 (2): 1-5.

Oldenburg, Ray. 2010. The Character of Third Places. In: *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space*. Ed. Anthony M. Orum & Zachary P. Neal, 40-48. (New York, NY: Routledge): 41.

Orum, Anthony M. en Zachary P. Neal, eds. 2010. *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space*. New York: Routledge.

Pieterse, Sandy. *De programmeur mag kiezen: Een onderzoek naar de keuzeproblematiek van de randstedelijke schouwburgprogrammeur*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, 2011.

Schalkens, Daisy. 2013. Theater wordt gratis werkplek. *Eindhovens Dagblad*, 02 april, 31.

Schreuder, Arjen. 2013. Randstad-Noord wordt metropool. *NRC Handelsblad*, 25 april, 8.

Turner, Cathy. en Behrndt, Synne K. *Dramaturgy and Performance*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2008.

8. Beleidsnota's

A Sense of Belonging. Meerjarenbeleidsplan 2009-2012 Rotterdamse Schouwburg.

Beleid en Activiteiten 2013-2016. Stadsschouwburg Amsterdam.

Podium van de Stad – de Stad als Podium. Ondernemingsplan Stadsschouwburg Utrecht 2013-2016.

Subsidieaanvraag Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2013-2016. Koninklijke Schouwburg.

De toneelalliantie. Koninklijke Schouwburg, Nationale Toneel en Theater aan het Spui.

9. Geraadpleegde internetpagina's

<http://www.cultuur.nl/70/20/adviezen/advies-bezuiniging-cultuur-2013-2016.aspx>, geraadpleegd op 5 februari 2013.

<http://www.ouderparticipatiecreche.nl/>, geraadpleegd op 11 augustus 2013.

<http://www.thevillagecoffee.nl/>, geraadpleegd op 11 februari 2013.

<http://www.huisaandewerf.nl/>, geraadpleegd op 11 februari 2013.

<http://www.thuisafgehaald.nl/>, geraadpleegd op 11 februari 2013.

<http://www.encyclo.nl/begrip/Creativiteit>, geraadpleegd op 5 februari 2013.

<http://repaircafe.nl/>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

<http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/379841D2-BA32-4753-8A02-00B7F676D5F6/0/index1092.pdf>,
geraadpleegd op 18 juli 2013

http://www.rotterdamseschouwburg.nl/voorstellingen/6659/Enviu_Dnamo_en_de_Rotterdamse_Schouwburg/World_Changing_Questions_, geraadpleegd op 12 februari 2013.

<http://www.tedxamsterdam.com>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

<http://www.marketingfacts.nl/berichten/tedx-utrecht-2012-full-creative-potential>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

<http://www.zinaplatform.nl/wijksafari/>, geraadpleegd op 10 mei 2013.

http://www.mlive.com/news/detroit/index.ssf/2013/02/creative_class_author_richard.html,
geraadpleegd op 12 augustus 2013.

<http://www.nrc.nl/nieuws/2013/07/18/detroit-is-bankroet-grootste-gemeentelijke-faillissement-in-de-vs-tot-nu-toe/>, geraadpleegd op 12 augustus 2013.

10. Bijlagen

10.1 Beeldmateriaal Rotterdamse Schouwburg



Exterieur schouwburg voorzijde



Centrale hal podium



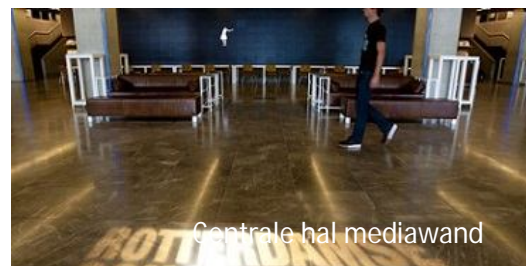
Centrale hal & Café Floor



Centrale hal mediawand



Centrale hal flexibele bar



Centrale hal mediawand

10.2 Beeldmateriaal Stadsschouwburg Amsterdam



10.3 Beeldmateriaal Koninklijke Schouwburg Den Haag



10.4 Beeldmateriaal Stadsschouwburg Utrecht



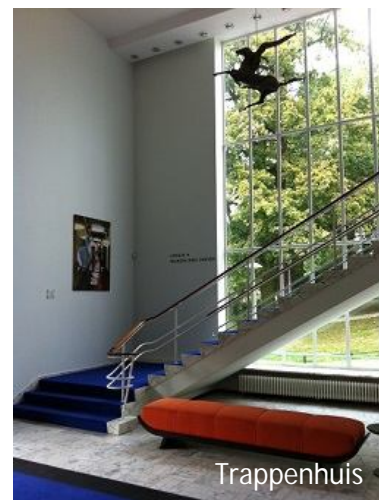
Exterieur schouwburg achterzijde



Exterieur schouwburg voorzijde



Foyer voorzijde



Trappenhuis



Foyer voorzijde



Restaurant Zindering

10.5 Interview adjunct directeur Stadsschouwburg Amsterdam

Interview Dianne Zuidema – adjunct directeur Stadsschouwburg Amsterdam

vrijdag 17 mei 2013, 10.00-11.00

Locatie: Stadsschouwburg Amsterdam

Dianne Zuidema is sinds 1 oktober 2012 werkzaam bij de Stadsschouwburg Amsterdam als adjunct directeur. Voordat zij deze functie aannam was Dianne zeven jaar werkzaam als zakelijk directeur van De Balie in Amsterdam. Daarvoor werkte en woonde zij zeven jaar op Terschelling en bekleedde zij op het theaterfestival Oerol de functie van zakelijk leider. Ook heeft zij een tijd gewoond en gewerkt in New York City. Dianne Zuidema heeft Theater-, Film- en Televisiewetenschappen gestuurd aan de Universiteit van Utrecht.

Welke plek ziet deze schouwburg voor zichzelf weggelegd in de stad Amsterdam?

De plek die wij voor ons zien is die van Stadsfoyer. Die plek kan volgens ons ook heel goed losstaan van theaterbezoek. Hiermee doelen we op een plek waar mensen uit de creatieve industrie samenkomen -bijvoorbeeld ook beeldende kunstenaars, niet puur en alleen theatermensen - die komen om af te spreken, elkaar te ontmoeten en inspiratie op te doen. Het idee is om dat- openstellen vanaf 's ochtends vroeg te laten gebeuren. Het eerste idee van Stadsfoyer was om vanaf 08.00 open te gaan; dat is nu 09.00 geworden. Overdag dient ons gebouw ook als werkplek. Daarnaast verhuren we ook foyers en zalen aan organisaties, niet zozeer aan privépersonen. Het lukt nog niet heel erg goed om 's avonds publiek te trekken dat hier niet naar een voorstelling gaat. Op het moment dat de voorstelling uitloopt, gaan de meeste mensen wel wat na drinken. Maar er is dan geen publiek dat van buitenaf komt en gewoon wat komt drinken. Dat is nog wel een slag die we moeten slaan, met de horeca. Je moet ook los van de voorstelling naar binnen kunnen komen en denken: dit is een plek voor mij. De taak om ook als ontmoetingsruimte te functioneren is eigenlijk al eerder opgelegd. Deze schouwburg is vanaf 2005 verzelfstandigd. Daarvoor was het een gemeentelijke dienst, en werkten er ambtenaren. Dat werkte natuurlijk door in het idee dat je eigenlijk een gebouw bent met een publieke functie. Je moet er eigenlijk voor iedereen zijn en dat betekent altijd zoeken naar een balans tussen die functie en of je programmering daarop aansluit. Desondanks moet je die openheid wel hebben, omdat je anders niet meer die functie hebt waarvoor je eigenlijk in het leven bent geroepen. Je moet daarin mee kunnen ontwikkelen. Deze tijd vraagt daar inderdaad ook om, dat je niet alleen maar binnenkomt als er een voorstelling is. Dat je er heel de dag door kunt verblijven, kunt afspreken en inspiratie opdoen. Er zijn nog wel theaters hier in Amsterdam die alleen open zijn tijdens voorstellingen. Volgens mij gebeurt dat nog bij De Kleine

Komedie, tegenover de Stopera. Dat is eigenlijk ook echt een theater. Ze hebben wel verbouwd waardoor ze iets publieksvriendelijker zijn geworden. Maar dan nog alleen op het moment dat je er bent voor een voorstelling. Voor de rest zie je hier in Amsterdam veel theaters die allemaal met behulp van hun horeca de hele dag open gaan.

Verder is Amsterdam natuurlijk wel de theaterstad van Nederland. Heel veel theatermakers wonen hier, mensen werken in de theaterwereld en voor henzelf. Die verwachten ook iets van het theater in hun stad. Ik denk dat vooral de oudere generatie dat nog sterk heeft. De schouwburg, zoals hij vroeger was. Daar ging je echt heen om gezien te worden, bij wijze van spreken. De functie van het theater was vroeger natuurlijk ook dat je gezien werd, en dat je je begaf in het openbare leven. En dat sociale legt natuurlijk ook weer een link met ontmoetingsplek.

Spelen er ook belemmerende factoren mee wanneer u meer wilt ondernemen om de schouwburg als ontmoetingsplek in te zetten?

Ik kan natuurlijk de vergelijking maken met de Balie, omdat ik daar een aantal jaren heb gewerkt. Ik heb het idee dat mensen de schouwburg minder als laagdrempelige ontmoetingsplek ervaren als de Balie. Dat heeft waarschijnlijk ook gewoon te maken met de allure van de schouwburg. Bij de Balie is het laagdrempeliger. Daar stap je misschien ook wat makkelijker binnen als student. Als je eenmaal als student binnen bent geweest dan weet je dat je er ook terecht kunt op het moment dat je verder in je carrière bent. Stanislavski moet dat echt nog wel gaan ontwikkelen. De schouwburg is natuurlijk behoorlijk groot. Zowel letterlijk fysiek als qua identiteit. Misschien is dat inderdaad wel een mentale belemmering. Het heeft toch iets van, net als het concertgebouw: Oeh, spannend.

Kan de schouwburg wel zo laagdrempelig worden als bijvoorbeeld de Balie?

Ik denk dat we wel iets met de uitstraling van de horeca kunnen doen. Ik denk alleen dat het heel lastig is om het imago van de schouwburg als bolwerk, om het zo maar even te zeggen, teniet te doen. En de vraag is ook of je dat wil want een groot gedeelte van ons publiek is inderdaad die witte, hoogopgeleide mens. En die wil je ook niet afschrikken. Want dan is het maar de vraag wie er dan komt. Dus het is wel zoeken naar de balans. Het zit in dingen als bijvoorbeeld de kleding van de publieksservice. Die dragen nu allemaal een T-shirtje, heel makkelijk, want ze kunnen het zelf wassen. Maar tegelijkertijd merk je ook dat sommige bezoekers vinden dat het eigenlijk allemaal iets meer allure mag hebben. Bij DeLaMar hebben ze bijvoorbeeld allemaal een uniform aan; wil je dat? Of schrik je daarmee ook weer een gedeelte van het publiek af? Dat ze denken: het is zo stijf en zo strak, daar ga ik niet heen want dat is niets voor mij. Dat zijn vaak van die onbewuste processen waar je als bezoeker niet meteen over nadenkt, maar die wel meteen een bepaalde indruk op je

maken als je binnenkomt. Je ziet dat. Dat is op dit moment voor ons een erg belangrijk vraagstuk. Wat is de positie van de schouwburg, wat wordt er van ons verwacht en in hoeverre kunnen we daar net iets aan draaien of aan tornen zodat we toch aanspreekbaar zijn voor een groter publiek? Zodat we ook een ander gedeelte van het publiek kunnen aanspreken.

Ik sprak van de week een vriend die werkt in de theaterwereld die zei: ik voel me nog steeds niet thuis in de schouwburg. Teveel pluche, het idee van: mag ik er wel zijn? En dat is dan gewoon een frequent theaterbezoeker die werkt in het theater. Toch, ergens is dat pluche te hoogdrempelig. Daar werkt onze programmering weer niet heel erg mee, omdat we onszelf gesteld hebben dat onze programmering vooruitstrevend moet zijn, om het zomaar even te zeggen. Wat er in DeLaMar is, staat niet hier. Dat merk je ook in het publiek dat er komt en dat geïnteresseerd is in onze programmering. Het is nog zoeken in hoeverre we kunnen verwachten dat de mensen die van de horeca gebruik maken, ook daadwerkelijk in de zalen gaan zitten. Of dat we er tevreden mee kunnen zijn dat ze in ons gebouw zijn en dat ze het idee hebben dat het ook hen toebehoort. Dat is natuurlijk ook een manier om draagvlak te creëren. Het is dan ook meer die discussie van in hoeverre moeten we onze artistieke functie en die publieke functie in balans krijgen.

Hoe wordt deze schouwburg ingezet als ontmoetingsruimte? Kunt u enkele voorbeelden noemen?

Ons café-restaurant Stanislavski is er in 2009 bijgekomen, evenals de Rabozaal. Daarvoor was dit gebouw overdag dicht, wat het een heel ander gebouw op het Leidseplein maakte. Er stond gewoon een blok en dat ging pas open 's avonds wanneer er een voorstelling was. Nu had je wel de AUB Ticketshop en de Theatre Bookshop aan het plein waardoor je wel enigszins het gebouw in kon, maar het bleef heel erg aan de voorkant hangen. Onze directeur Melle Daamen had met de komst van Stanislavski de bedoeling om inderdaad een ontmoetingsplek te creëren. Niet alleen voor theatermensen, maar ook voor de hele creatieve sector, andere Amsterdammers, maar ook voor toeristen. Dus eigenlijk een toevoeging aan het Leidseplein.

De eerste ingang, voor de verbouwing van 2009, was gewoon aan de voorkant, waar je nu Stanislavski binnenkomt. Er is een stuk bijgetrokken dat vroeger straat was, waar je onderdoor kon lopen. Je kon onder het Ajaxbalkon doorlopen, en dan pas kwam je de Schouwburg binnen. In het middengedeelte wat nu Stanislavski is, zat vroeger de kassa. Er is heel veel commentaar geweest op het feit dat de kassa naar de zijkant is verplaatst. De mensen hebben nu het idee dat de ingang naar de zijkant is verplaatst. Maar nee, de ingang is nog steeds aan de voorkant, maar je moet even doorlopen om naar de kassa te lopen. Je kan ook omlopen, maar wij willen dat mensen eigenlijk aan de voorkant binnenkomen. Alleen ze voelen zich dan toch opgelaten en denken dat ze dan een horecazaak binnenlopen. Er wordt gedacht dat er niet doorheen gelopen mag worden, mensen zijn

heel voorzichtig. Stanislavski heeft nu vooral de functie van restaurant. We zijn aan het kijken of we het net een andere functie kunnen geven, iets meer low-profile. Dat de mensen wel het idee hebben van: hé, ik kan en mag hier binnenlopen. Anders blijven het twee aparte werelden; het theaterpubliek komt aan de zijkant naar binnen, kopen kaartjes, gaat naar de voorstelling en dan weer naar buiten. Het horecapubliek komt naar binnen, weet eigenlijk niet eens wat er speelt die avond bij wijze van spreken, weet nog net dat ze in de schouwburg zit, en gaat dan weer door de voordeur naar buiten toe. Het liefst wil je natuurlijk dat het allemaal mengt en door elkaar heen loopt.

Zijn er bepaalde acties uitgevoerd die deze visie meer tot stand kunnen brengen?

We hebben iemand van publieksservice bij de ingang van Stanislavski neergezet om de mensen te gidsen. Zodat de mensen die binnenkomen niet in de war raken. Mensen worden aangesproken en kunnen doorverwezen worden: Komt u voor de voorstelling? Dan kunt u doorlopen.

Ik vraag me wel af of we op dit moment niet teveel onderscheid maken tussen de naam Stanislavski en de naam Stadsschouwburg. Stanislavski is verpacht, we verhuren onze ruimte aan een horecaondernemer. Bij de balie hadden we het in de eigen hand en daar heette de horeca ook De Balie. Ook de zalen heten De Balie, alles viel onder dezelfde noemer. Maar daar had je juist weer dat mensen soms niet eens wisten dat er zalen hoorden bij het gebouw. Ze kenden het alleen maar van de horeca en wisten helemaal niet dat er iets achter zat. Dat hebben we geprobeerd te doorbreken met glazen deuren naar de zalen toe en met zaken als programmaboekjes op de tafeltjes. Ik vraag me wel af in hoeverre je de horeca apart kan positioneren, of dat het slimmer is om de horeca en de schouwburg qua naam bij elkaar te trekken. De Smoeshaan bij Bellevue heet ook de Smoeshaan en niet café Bellevue. Maar Frascati-café is juist wel weer van de Blink overgestapt op Frascati-café.

Zijn daar resultaten van?

Nee, dat weet ik helaas niet.

Zijn er verder nog bepaalde programma's die jullie in die publieke ruimtes doen?

Wij hebben af en toe BNR Nieuwsradio in huis met nieuwsopnames. Ook AT5 heeft soms opnames met een talkshowachtige setting hier in het voorgebouw. We hebben ook weleens gehad dat er bij de voorstelling Don Juan van NNT acteurs van het gezelschap serenades gingen geven voor de mensen die hier zaten te eten beneden. Op die manier proberen we wel iets van achter naar voren te halen. Maar het blijft lastig, want je hebt tegelijkertijd ook een horecabedrijf te runnen. Op het moment dat daar tafeltjes weggaan omdat dat daar een radioprogramma opgebouwd moet worden, dan mis je daar inkomsten. Een radioprogramma is daarnaast misschien wat lastig in verband met

het omgevingsgeluid. Daar liepen we bijvoorbeeld in de Balie heel erg tegenaan. We zouden toen meer in de foyer willen doen, maar dat bleef lastig. En het gaat dan natuurlijk ook weer om keuzes maken: bij de Balie loopt het hartstikke goed. Op het moment dat je dan activiteiten organiseert in de foyer verlies je omzet. Wil je dat dan? En hoe dan?

Verder hebben we beneden in Stanislavski de *Dancing White Man* staan. Dat is een kunstwerk. Een levensgrote pop en evenbeeld van de maker, die gaat dansen op reggae muziek op het moment dat je daar met hem danst. Het is natuurlijk een beetje spotten, want witte mannen kunnen niet dansen. Dit soort kunst is ook wel bedoeld om bezoekers te trekken die dit willen zien. Dan wordt ons restaurant tegelijkertijd ook een plek voor beeldende kunst. Ook hangen er heel veel foto's van TGA, die erg mooi zijn. Ik geloof dat daar in het begin ook wel speciaal mensen voor kwamen, maar nu is het gewoon weer onderdeel van het gebouw geworden. De mensen die er komen zien het wel, maar ze komen er niet meer speciaal voor. Bij de Balie hadden we wisselende exposities en dan zie je ook wel dat sowieso de achterban van de kunstenaar ook weer binnenkomt. De kunstenaar zelf creëert reuring. Dat kan ook wel iets zijn waardoor je meer publiek je gebouw binnenkrijgt.

Ook hebben we een programma staan wat we Expanding Theatre noemen. Daarmee wordt ook weer een heel andere doelgroep aangesproken dan met de reguliere programmering. Het zijn vaak programma's die ook die sociale en netwerkachtige functie hebben. Dit hangt ook weer samen met de schouwburg als ontmoetingsplek. Je kan in de Stadsschouwburg een voorstelling kijken, maar je kunt er ook heen omdat er een avond over duurzaamheid is, omdat het gaat over de Staat van de Stad Amsterdam, of allerlei andere verschillende onderwerpen. Met het Expanding Theatre programma zijn we ook heel erg bezig om andere doelgroepen binnen te krijgen en die ontmoetingsplek te stimuleren. Het is vaak zo bij Expanding Theatre dat het hele gebouw en de foyers erbij zitten. Er spelen bijvoorbeeld bandjes, of er lezen dichters voor op de bordessen. Bij het Expanding Theatre programma is het heel leuk om te zien dat daar een heel ander publiek naar toe komt en dat we een heel andere doelgroep aanspreken. Wat niet wil zeggen dat die doelgroep weer naar gewone voorstellingen gaat, maar wel dat de schouwburg ook een plek is voor dit soort zaken. Je kunt niet alleen naar de schouwburg voor een theatervoorstelling, maar je kunt er ook andere dingen doen en zien. En dat de schouwburg dingen in beweging zet, dat er iets op gang gezet wordt en geïnitieerd vanuit onze gebouw. Dat je de motor bent. Want dat is denk ik ook wel wat je wilt zijn met zo'n ontmoetingsplek. Dat er niet alleen mensen komen om te consumeren en weer weggaan wat op een willekeurige andere plek ook had gekund. Maar je wilt toch iets extra's, dat bezoekers of andere mensen zien waarvan ze denken: hé, die moet ik nog spreken. Dat daar weer een soort alliantie uit voorkomt. Dat mensen inspiratie opdoen, doordat ze zien dat er andere mensen om zich heen aan het werken zijn. Het zijn van die ongrijpbare dingen. Bij de Balie waren we

één van de eerste die openbare gratis Wi-Fi hadden. Op een gegeven moment zag je heel veel mensen, werkzaam in de creatieve industrie, met hun Appletjes zitten. Grafisch vormgevers, eenpitters, die niet voor een bureau werkten. Die kwamen gewoon in de Balie werken en dat deed wat voor die omgeving. Mensen voelden zich daar prettig bij, of juist niet. Zo van ja, zit iedereen hier te werken, maar ik wil gewoon met mijn dochter koffie drinken, en we komen net uit de Leidsestraat. Die liepen dan weer weg, of die vonden dat juist weer wel leuk, om daar tussen te zitten. Dat doet allemaal wat, wat daar allemaal zit. Ik denk dat culturele horeca daarin echt anders in staat dan gewone horeca. Puur en alleen consumeren, dat hoeft niet zo perse. Maar als je toch komt consumeren, kom het dan hier doen want wij bieden iets extra's. Wat dat extra's dan is, zonder daarbij hoogdravend, of belerend, of paternalistisch in te zijn, maar wel dat je zoiets hebt van ja, het samenkomen is al een toevoeging.

Weet u of u meer bezoekers trekt dankzij de keuzes die u hebt gemaakt om de schouwburg meer te profileren als ontmoetingsruimte? Bereikt u andere doelgroepen dan voorheen?

Dat idee hebben we wel. Dat de mensen op een andere manier binnenkomen; laagdrempeliger. Ze kunnen nu namelijk ook eventjes koffie drinken in plaats van een hele voorstelling te moeten bekijken. Sowieso is voorstellingsbezoek een inspanning qua tijd en qua geld. Mensen hebben altijd het idee dat ze er iets van moeten vinden of dat ze er iets mee moeten. Het alternatief is even een kopje koffie drinken. We hopen dat als mensen binnenkomen om koffie te drinken, dat ze makkelijker wennen aan de omgeving en aan de ruimte. De vraag is natuurlijk of ze ook echt naar een voorstelling gaan kijken. Echter, los van dat heb je als ontmoetingsplek ook een functie voor de zichtbaarheid in de stad. Voor het draagvlak, een bredere doelgroep krijgen. Allochtonen zitten bijvoorbeeld niet zo snel in de zaal. Dat moet je misschien ook niet nu meteen verwachten, maar je kunt wel gaan bouwen aan: oké, deze generatie misschien nog niet, maar de volgende generatie al wel. Maar dan moeten we deze generatie nu al wel binnenhalen door ons open te stellen. Bij de Balie dezen we dit ook met ZINA. Zij hadden filmochtenden op de woensdag waar films werden vertoond voor allochtone vrouwen. We hadden daarmee niet het idee dat zij daarna ook een keer 's avonds naar een programma van de Balie zouden gaan of iets dergelijks. Maar wat wel zou kunnen werken, hoopten we, dat als die moeders daar geweest waren, en een kind kwam thuis en zei: mam ik ga naar de Balie toe, dat de moeder dan zei: ja dat is goed. Omdat ze het kennen en weten dat zij daar ook kunnen zijn. Op die manier kun je een tweede generatie binnen proberen te krijgen. Dat is een lang proces, een lang traject. Op die manier kan ook je horeca helpen. Dit is dan een voorbeeld specifiek voor allochtone vrouwen, maar je kan ook andere doelgroepen bedenken. Die

binnenkomen en denken: het is oké hier, ik mag daar zijn. Mijn vrienden en mijn kinderen ook. Op die manier kun je die gedachte door laten sijpelen in verschillende lagen van de bevolking.

Heeft de schouwburg op dit moment nieuwe plannen om het theater als ontmoetingsruimte in te zetten?

We staan nu aan het begin, maar toch ook niet omdat we eigenlijk al vanaf 2009 bezig zijn met de verbouwingen. Maar het is nu wel de tijd om daar opnieuw naar te kijken. Wat is er gelukt en wat moeten we nog doen om toch die functie van ontmoetingsplek nog meer te stimuleren?

Het horecagedeelte is erg interessant, daar ben ik zeker mee bezig. We kunnen daar niet heel direct aan de touwtjes trekken, maar we zijn wel gesprekken aan het voeren met de pachter en de medewerkers. Deze gesprekken gaan over de uitstraling die we willen hebben en wat we nog moeten doen om het helemaal juist te krijgen. We zijn intern begonnen met een branding traject, dus over de positionering van de Stadsschouwburg. Dit werkt door in alles. Dus niet alleen in je marketing, maar ook überhaupt in je personeelsbeleid en hoe gasten ontvangen worden. Daar zijn we wel druk mee bezig en zijn er weer heel veel dingen in gang gezet. Het jaar 2009 was voor onze schouwburg natuurlijk cruciaal omdat toen Stanislavski openging en de Rabozaal erbij kwam. Dat moest allemaal zijn plek krijgen en zijn plek vinden. Nu merk je dat dat bijna vier jaar geleden is en dat dat allemaal loopt. En dan? Nu zitten we op het punt dat we de balans op kunnen maken en kijken of het is geworden wat we voor ogen hadden. Nu hebben de mensen van de organisatie ook ruimte om na te denken over wat er nog aangepakt moet worden en waarmee we op de goede weg zitten. De eerste paar jaar is iedereen bezig met die zaal, en dat dit en dat moet, en de programmering en de horeca moet ook zijn plek krijgen, en nu is alles zo'n beetje ingedaald en nu kunnen we gaan kijken of het is zoals we bedoeld hadden.

In hoeverre is die uitkomst nu zoals die bedoeld was?

De uitkomst is dat de ontmoetingsplek gedeeltelijk gelukt is, maar gedeeltelijk ook niet. Mede door de extra Rabozaal hebben we te maken met een stijging in ons bezoekersaantal. De horeca loopt goed, maar bijvoorbeeld 's avonds is er eigenlijk alleen publiek van de uitloop van de voorstelling. Er is (te) weinig aanloop dan, overdag is er wel genoeg aanloop. Maar 's avonds bij of tijdens te voorstelling, is het eigenlijk leeg. Dan wordt het pas weer vol op het moment dat de voorstelling klaar is. Dit ligt zeker niet aan de ruimte, wij kunnen genoeg mensen ontvangen. Met de foyers in het oude gedeelte kunnen mensen uit de voorstelling gewoon een drankje doen in de foyers en is dat heel makkelijk gescheiden van de foyer in de voorkant. Bij de Balie hadden we daar wel last van, dat mensen daar aan het eten waren en vooral bij de inloop, om acht uur bij het programma. Dan

ben je aan het eten aan je tafeltje en staat er opeens een hele rij mensen naast je. Als het dan regent dan staan ze daar met regenjassen en weet ik veel wat allemaal. Dan is het belangrijk dat de mensen weten waar ze gaan eten; dat ze niet denken dat ze in een 'gewoon' restaurant zitten. Dat er niet alleen restaurant is, maar dat ze ook weten dat er ook andere dingen gaande zijn. Sommige mensen vinden dat prettig, een soort reuring, een soort ongedwongenheid, ontspannenheid. En andere mensen vinden dat weer niet prettig. Dan is het wel goed dat je duidelijk in je communicatie bent over het feit dat je dus een theatercafé en restaurant bent en dat de mensen weten dat het er anders aan toe gaat dan in een normaal restaurant. Verder heeft de Rabozaal heeft ook nog een aparte foyer. Als mensen daar uitkomen, kunnen ze gewoon in een aparte foyer drinken.

Veel overheidsgeld valt weg voor de theatersector. Zou zo'n tweede functie als ontmoetingsplek een vervanging kunnen zijn voor deze inkomsten?

De horeca inkomsten kunnen een vervanging zijn. Ik denk dat wel heel veel theaters daarmee beginnen vanwege de extra inkomsten. Tegelijkertijd is het wel heel veel werk, heel veel gedoe en heel veel risico nemen. Je moet ook investeren in horeca en de vraag is altijd in het begin of het publiek je dan weet te vinden en er ook daadwerkelijk iets komt consumeren. Of het echt een impuls geeft aan dat het bijvoorbeeld in de zalen meer publiek trekt, dat vraag ik me af. Het is lastig, want hoe meet je dat? Mensen die in de horeca komen, kun je vragen of ze hier ook weleens naar programma's of voorstellingen gaan. Maar misschien deden ze dat ook wel voordat ze kwamen. Ik vind het toch lastig hoe je dat nou meetbaar moet maken.

Meer indirect zijn er wel bepaalde studies die inzicht zouden kunnen geven of dit ook winstgevend kan zijn. Er zijn wel bijvoorbeeld studies gedaan naar huizenprijzen. Van buurten waar het niet goed ging waar dan vijf jaar later kunstenaars introkken. En dan is ineens zo'n buurt in grote opkomst en kun je meten aan bijvoorbeeld de huizenprijzen dat mensen daar toch willen gaan wonen. Dan komt er horeca en zie je zo'n buurt helemaal ontwikkelen. Dit is gebeurd in bijvoorbeeld New York, het grote voorbeeld. Daar zie je van die wijken die helemaal niets zijn en later is het hip en happening daar. Dat komt omdat kunstenaars daar intrekken. Een goed voorbeeld is het Meatpacking District, waar grote opslaghuizen van vleesverwerkingsindustrie op een gegeven moment leeg gingen staan. Daar trokken kunstenaars in, en dan gaat zo'n buurt leven. Anders zijn het van die verlaten plekken waar je 's avonds echt niet wilt komen. Het lastige van de schouwburg is, is dat deze ontwikkeling hier natuurlijk niet aan de hand is. Wij staan midden in de stad, alles doet het en alles staat er al. Maar dan zal je weer kunnen zeggen, dat het een tegenwicht voor de platte horeca op het Leidseplein zou kunnen zijn. Een tegenwicht voor het consumentengedrag.

Is er voor jullie financiële hoge nood om deze ontmoetingsplek te creëren?

Omdat we Stanislavski als pachter hebben, hebben we een afspraak. Die is heel gunstig voor de Stadsschouwburg. Het gaat er eigenlijk meer om dat we ook vinden dat het echt een plek moet zijn voor de zichtbaarheid van de Stadsschouwburg, voor een draagvlak, voor een grotere laag van de bevolking, dan dat het ons financieel uit de brand moet helpen. We moeten wat met die publieke functie. Die vinden we belangrijk. Zowel voor de stad Amsterdam, als voor de creatieve sector en de theatersector. En natuurlijk zou het mooi zijn als zo'n ontmoetingsplek betekent dat er meer winst in zit voor ons. Voor sommige theaters die de horeca zelf doen, daar is dat natuurlijk anders. Ik denk ook dat onze horecapachter heel blij zal zijn op het moment dat we dat voor elkaar weten te krijgen, want dan gaan ook zijn inkomsten omhoog. In die zin trekken we daarin ook gezamenlijk op. Maar ik denk dat voor kleinere theaters, die hun horeca in eigen hand hebben, dat financieel een groter punt is. Want de Balie krijgt natuurlijk ook subsidie, maar de horeca heeft een groot aandeel in de inkomsten. Die is heel belangrijk.

10.6 Interview directeur Rotterdamse Schouwburg

Interview Ellen Walraven – directeur Rotterdamse Schouwburg

donderdag 02 mei 2013, 14.00-15.00

Locatie: De Balie, Amsterdam

Ellen Walraven is per 1 juni 2013 directeur van de Rotterdamse Schouwburg. Daarvoor was zij dramaturg bij Toneelgroep Amsterdam en artistiek directeur bij De Balie. Zij is al die tijd woonachtig geweest in Amsterdam, maar zal met haar overstap naar de Rotterdamse Schouwburg meeverhuizen naar de Zuid-Hollandse havenstad. Ellen Walraven heeft Theater-, film- en televisiewetenschappen gestudeerd aan de Universiteit van Utrecht.

Welke plek zien u en uw nieuwe collega's weggelegd voor de Rotterdamse Schouwburg?

Alles wat ik nu zeg is natuurlijk nog onder voorbehoud, het zijn zaken die ik droom voor de Rotterdamse Schouwburg. Misschien zijn het dingen die al twintig keer zijn geprobeerd en die allemaal jammerlijk hebben gefaald. Dus ik wil eerst heel graag praten met Walther van den Heuvel en de andere dansprogrammeur Dave Schwab, de mensen achter de kassa en die van de publieke dienst om hen allemaal goed te gaan begrijpen. Maar goed, alvast dromen kan natuurlijk altijd!

De hal in de Rotterdamse Schouwburg heeft een zeer centrale plek in het gebouw. Is het tijdens de sollicitatieprocedure naar voren gekomen dat dit een van de belangrijke onderdelen moet worden in het nieuwe beleid?

Volgens mij noemen ze dat al de derde zaal die geprogrammeerd moet worden. Daar hebben we zeker al over gesproken. Schouwburgen hebben de neiging om een soort paus te zijn; een ondoordringbare vesting. Zij hebben geprobeerd om het gebouw open te trekken door als het ware het plein naar binnen te halen met open glazen wanden en daarachter die grote mediawand. Voor mij is het een middel om naast de losse programmering ook de achterkant van het vak te laten zien. Ik heb het idee dat je heel veel mensen moet uitleggen hoe theater tot stand komt en wat er allemaal voor nodig is om tot die avond of dat resultaat te komen; dat het een unieke ontmoeting is tussen mensen en makers en tussen het publiek en de makers. Mensen vragen zich ook af waarom het allemaal zo duur moet zijn. Wanneer ze dan zien dat mensen om acht uur 's morgens met een trailer binnen komen rijden dan wordt er al meer duidelijk. Ik kan me ook voorstellen dat je de 'making-of' van de schouwburg in die hal laat zien, of andere activiteiten die allemaal samenhangen met het transparanter maken van het werk dat wij doen. Dat is al één ding waarvoor je het kan gebruiken.

Anderzijds is het een mooie gelegenheid om door kunstvakopleidingen werk te laten tonen, dit is

iets wat er nu al gebeurt. Dat je de Rietveld Academie, of een Grafisch Lyceum daar dingen laat zien, zodat je zoveel mogelijk eigenaren creëert van die ruimte. Dat is erg belangrijk: dat het niet jouw ruimte is, alleen van de schouwburg zelf, maar dat je een publieke plek hebt die vanuit publieke middelen wordt gefinancierd. En ook als je niet direct bezig bent met theater, kan je die publieke plek gebruiken om jezelf of je werk te tonen. Jetse Batelaan heeft daar ooit een voorstelling over gemaakt bij het RO Theater. Hij is daar theatermaker geweest en heeft een voorstelling gemaakt over het verenigingswezen en alle verenigingen die er zijn in de stad: van de kleiduifschieters tot de line-dancers. Eigenlijk zou je tegen die verenigingen moeten zeggen de komende jaren: 'het is daardoor ook jouw schouwburg geworden'. Als die ruimte leeg is kunnen daar vergaderingen gehouden worden, of als je een pr-filmpje hebt of ergens een optreden dan zouden we daar ook iets mee kunnen doen. Dat je met name die aandeelhouders van de stad, of shareholders, betreft in de schouwburg.

Ik kan me ook voorstellen dat er in de Rotterdamse Schouwburg nog andere dingen gebeuren, zoals een lezing die plaatsvindt. Dat je bijvoorbeeld op woensdagmiddag met acteurs van het RO Theater afspreekt dat er altijd voorgelezen wordt. Dat er na aanleiding van wat er voorgelezen wordt kinderen tekeningen laat maken en dat je 's avonds die tekeningen projecteert, waarna de ouders en andere mensen in de schouwburg komen om het te zien. Die zien dan dat de ruimte ook voor dit soort dingen gebruikt wordt. Mensen moet namelijk niet het idee krijgen dat er om zes uur 's avonds aan een touwtje wordt getrokken, het lampje aangaat en dat er een toneelstuk is. We moeten juist de deuren openzetten en er een stadsfoyer van maken. Net zoals dat hier [de Balie] een beetje is. Dat vind ik altijd heel prettig. De programmering die je maakt in dit huis heeft te maken met de mensen die hier zitten te drinken en te eten. En ook al komen sommige mensen die hier zitten niet daar [in de zaal], het geeft het idee dat als mensen hier komen werken en maken dat ze midden in de samenleving staan als ze hun debat organiseren. Ook als wij vanuit de Balie debatten of andere programma's organiseerden, kregen we dat gevoel. De Balie maakt zelf, maar verhuurt ook aan anderen. De Rotterdamse Schouwburg gaat hetzelfde doen. Je moet het idee krijgen dat je niet geïsoleerd zit, maar dat je midden in de stad op een plein zit. Ik droom daar altijd van, om een Huis te hebben op een plein, midden in de stad. En dat dat Huis de ramen en deuren open heeft staan.

Dus de foyer als verbinding tussen wat in de zaal gebeurt en wat er in de stad gebeurt?

Juist. Een middelpunt van allerlei gesprekken en debatten, zoals de koffiehuisen vroeger in Europa waar volgens Jürgen Habermas vroeger de democratie is uitgevonden. De meeste mensen, op een paar idioten na die hier alleen maar koffie drinken de hele dag door, 320 dagen per jaar, zijn hier allemaal aan het werk.

We zijn namelijk allemaal bezig met *Creative Communities* en met de 'creatieve stad' Amsterdam; ook vanuit de overheid. Wat ik weleens heb gedaan is dat ik aan mensen vroeg of ze, in ruil voor een koffiebon, mij lieten weten wat ze deden. Waardoor ik aan subsidiënten kon zeggen: 'Hier zitten de grafisch ontwerpers, hier zitten de architecten, kijk maar wat mijn bonnetjes van deze week waren.' Je subsidieert geen horecatent, maar het is een permanente plek die aanstaat en daar drinken mensen ook iets bij. Dat is een manier om dit werkbaar te krijgen. We merken het tegenovergestelde toch nog in de Stadsschouwburg Amsterdam. Daar is veel minder leven in de foyer. De schouwburg wil eigenlijk dit hebben. Ook in de Rotterdamse Schouwburg zal het nooit zo zijn zoals hier [De Balie]. Het Schouwburgplein heeft niet die loop zoals het hier is. Er is hier altijd nog een beweging hier over het plein. In Rotterdam is dat in dat straatje natuurlijk wel veel minder. Daarom moet je harder werken om dit voor elkaar te krijgen.

Van belang is om het publiek te verbinden aan de attitude van het Huis. En daarmee terugkomend bij de publieke ruimte, die kun je natuurlijk heel goed gebruiken om te laten zien dat je ook *giving* bent. Dus niet dat je alleen maar het publiek leeg trekt. Het theater heeft iets lastigs. In een voorstelling wordt je namelijk direct geconfronteerd met anderen, ook als je een voorstelling niet begrijpt of er niets aan vindt. Mensen zijn altijd bang dat ze dom zijn. Dat is volgens mij heel confronterend, erger dan bij de bioscoop en de film. Als je hier in De Balie een film zit te kijken en het is een klotefilm, dan staat iemand op, loopt hij hier het deurtje weer uit en ga je zo weer weg. Dat is anoniem. Om tijdens een theatervoorstelling weg te lopen en een scene te maken voelt toch bijna als een politieke daad. Als je weggaat ziet iedereen dat. Je weet al dat je kraakt, je weet al dat de deur gaat klapperen. Je maakt een publiek statement dat dat wat je ziet niet goed is. Ook denk je, ligt dit aan mij, want de rest blijft wel allemaal zitten. Mensen worden heel onzeker van het theater, zijn heel bang om dom gevonden te worden; dat ze dom zijn. Ik onderneem graag acties om deze gedachten bij het publiek minder te laten worden. Bij Toneelgroep Amsterdam praatte ik bijvoorbeeld elke vrijdagavond in de publieke ruimte na met de acteurs en stelde ik zelf geen enkele vraag. Soms vroeg ik wat in het verlengde van iets, maar ik dwong het publiek om vragen te stellen om zo duidelijk te maken dat er geen domme vragen zijn. Dat iedereen zijn eigen voorstelling heeft gemaakt, en dat er evenveel voorstellingen waren die avond als er mensen in de zaal zaten en dat wij graag die voorstellingen van hen willen leren kennen. Dat het om hen gaat. Alles mag je vragen, en dan komt het altijd los. Die publieke ruimte, die foyers, zijn voor mij sleutels om het publiek te leren kennen.

En denk je dat het ook andersom werkt? Dat inwoners van Rotterdam graag bij de Rotterdamse Schouwburg zo'n plek zouden willen zien, dat er behoefte is aan zo'n creatieve ontmoetingsplek?

Het theater wordt nu nog vooral gefinancierd vanuit publieke middelen, we willen graag een zo groot mogelijk publiek bereiken. Maar een deel van het publiek houdt niet van theater en zal niet standaard naar het theater gaan. Daar kan je wel een rol voor spelen. Aan het theater zitten een paar waarden vast, kennis, waarden en vakmanschappen. Die vakmanschappen kun je delen. Bij Toneelgroep Amsterdam in de Stadsschouwburg Amsterdam, dat is makkelijker voor mij, zitten de beste geluids- en lichtontwerpers. Het zou ontzettend leuk als die jongens die de video's maken bij toneelgroep Amsterdam elke donderdagmiddag van 14.00 tot 16.00 een les geven. Voor mij gaat het er namelijk niet zozeer om dat de mensen de theaterzaal in gaan, dat is wel de hoop natuurlijk. Maar het begint er al mee dat ze die drempel over komen. Dat wij hun fascinaties kunnen volgen en dat we die kunnen delen met de kennis die wij in huis hebben, die we kunnen inzetten voor voorstellingen maar ook voor andere dingen. Acteurs kunnen je leren om in het openbaar te spreken, in Londen worden dat soort cursussen aangeboden door het National Theatre: *speaking in public*. Je kan het ook weer laagdrempeliger maken, door te zeggen: je kan je spreekbeurt voorbereiden met die acteur van het RO Theater die je misschien kent uit Flodder. Dat je zo bruggetjes bouwt.

We leven in een samenleving die heel erg gespecialiseerd is. We hebben het hier in de Balie ook gevoeld onder collega's. Ik weet veel van theater, maar ik wist niets van sociale media. Bijvoorbeeld over de nieuwste ontwikkelingen van privacy wetgeving of van internationaal recht inzake Sudan of Rwanda en de verschillen daartussen. Mijn collega Dirk weet weer alle laatste dingen van de cinema. Dan voel je dat iedereen in zijn eigen specialisme zit, zijn eigen taal spreekt en zijn eigen jargon heeft en dat we steeds onverstaanbaarder worden voor elkaar. Volgens mij heeft dat ook te maken met de toenemende angst dat er zo'n enorme kennisexplosie heeft plaatsgevonden, dat ik ook niet meer begrijp hoe dingen in elkaar zitten. Zelfs in je dagelijks leven bots je tegen muren van kennisachterstand op, dat maakt je onzeker. Mijn eigen leven regelen wordt op die manier dan al zo ingewikkeld, laat staan nog iets vinden van 'Afrika', mocht dat al bestaan. Dus hoe vertaal je dat terug naar vormen die mensen nog kunnen bevatten? Dat je probeert bruggen te bouwen uit de verschillende werelden naar elkaar toe? Dat is wat ik hier in de Balie altijd heb geprobeerd, om gidsen te vinden en zelf gids te zijn. Om vertalers of tolken te vinden - ergens zijn het allemaal dramaturgen in hun eigen vak - die in staat zijn om op hoofdlijnen te denken en daardoor vormen te zoeken. Ik wil alles steeds naar creatieve formats vertalen, dat is iets waar de Rotterdamse Schouwburg ook in geïnteresseerd was. Een voorbeeld hiervan is dat als er verkiezingen zijn je niet gewoon een verkiezingsdebat doet, maar dat je bijvoorbeeld een avond een debat organiseert over retorica. Doel is dan om te leren hoe taal manipuleert en wat de middelen zijn om dit te herkennen. Politici zijn beroepsleugenaars, maar eigenlijk zijn acteurs dat natuurlijk ook. En advocaten,

spindoctors en makelaars ook. Ik vind het leuker om een programma te maken over beroepsleugenaars en de kunst van het liegen, in plaats van elke lijsttrekker tien minuten zijn bulletpoints te laten voorlezen.

Uiteraard moeten we deze programma's wel in een bepaalde mate programmeren. Want de *corebusiness* van de schouwburg is natuurlijk de naam hoog te houden van de goede kwaliteit van de voorstellingen op heel veel verschillende niveaus, van jong tot oud maar ook van complexiteit en disciplines. De Rotterdamse Schouwburg is denk ik nu nog heel breed. Tegelijkertijd komt er een tijd aan dat je moet gaan kiezen voor *preferred partners*, iets wat de Rotterdamse Schouwburg nu ook al doet. Er zijn een aantal mensen en makers met wie we echt een *commitment* aangaan en waarmee we risico's nemen. In die mensen geloven wij. Wij zijn gidsen naar dat aanbod, zou je kunnen zeggen. We kunnen dit niet meer met iedereen aangaan; het heeft geen zin meer om een soort *overview* te geven. Dat betekent dan ook dat je bij een complexe maker of gezelschap vormen of manieren moet vinden waardoor mensen dat gaan durven zien en ontdekken.

Is het niet zo, als je nog scherper programmeert, dat je dan weer een meer gespecialiseerder publiek binnenkrijgt?

Je hoeft niet alleen Anne Teresa De Keersmaecker te hebben, of vandenBroecke of wat dan ook. Het kan ook zijn dat je zegt, we maken wel een mix, maar in die mix nemen we alleen niet twintig circusacts maar alleen de twee allerbesten en dat is dan jammer van de rest. We kiezen er bijvoorbeeld niet meer voor om alles van Toneelgroep Amsterdam te laten zien, maar drie voorstellingen waarvan wij denken dat die de meeste relevantie hebben voor deze stad. Want wij hebben de potentie dat we deze stad kennen. Of omdat die voorstelling van Toneelgroep Amsterdam verband houdt met dat en dat en dat. Dan hebben we een reeks. Daar kun je altijd nog een side-programma bij zetten, want dan kun je mensen echt meenemen in je onderwerp. Ik heb namelijk het gevoel dat mensen heel erg behoefte hebben aan inhoud in deze tijd, aan dingen die met elkaar te maken hebben. Ik denk alleen wel dat het in een handzame vorm moet. Dat is wel heel veel werk. Maar als het goed is, bindt je mensen dan, voelen ze zich thuis en vertrouwen het Huis in zijn liefde met wat het programmeert en durven daardoor ook iets meer risico te nemen. Ik voel hier [in de Balie] altijd dat mensen op zoek zijn naar een ontmoetingsplek, fysiek, om elkaar te leren kennen. Er komen hier veel mensen alleen. Ook van Toneelgroep Amsterdam. Dat kan je faciliteren. Ik heb weleens programma's gemaakt, waarin ik na afloop iedereen een drankje aanbod. Ik gaf de ene helft van de zaal een klein flesje prosecco en de andere helft van de zaal twee glazen. Je moest iemand opzoeken, en daar een praatje mee maken, zo van: zullen wij samen delen en hoe vond je het eigenlijk? Dat zijn hele simpele manieren om één van de behoeftes die mensen hebben vorm te

geven. En in mijn droom zou het zijn dat je dan elke avond daar iets voor vindt.

Kunt u wat zeggen over het bezoekersprofiel van de Rotterdamse Schouwburg? Heeft de samenstelling van de stad hier invloed op?

Vind ik moeilijk om te zeggen. Rotterdam is laag opgeleid qua stad, en daar heb je natuurlijk last van omdat een deel van het aanbod van het theater gaat over dat je via school gevoeligheid hebt gekregen voor verhalen, of literatuur en dat je concentratieboog is langer dan een kwartier. Dat is natuurlijk lastig. Maar tegelijkertijd kun je ook denken, god als we zoveel vmbo's hebben, dan moeten we daar iets mee. Ik kan me niet voorstellen dat er een kind is dat niet aangesproken wordt door verbeelding. Je moet je verplaatsen. Ik heb hier [de Balie] ook altijd hele jonge mensen in dienst genomen, om die generaties ook te blijven begrijpen en daarmee dat deel van het publiek niet kwijt te raken. Dat wil ik ook beter doen in Rotterdam. Je weet dat je een meer divers publiek wilt hebben en daar moet je naar op zoek gaan. Je moet een afspiegeling zijn van de samenleving, dus dat zal ook een klus zijn daar. En in die zin is de schouwburg nog een heel wit bolwerk. Utrecht is bijvoorbeeld de duurste en de hoogst opgeleide stad. In Amsterdam is dit wel minder gesegregeerd. In Amsterdam woont de allochtone bevolking, vrijwel allemaal buiten de A10. In De Balie maakten wij programma's voor Turkse of Marokkaanse vrouwen. Die noemen we altijd onbeweeglijke vrouwen, vrouwen die hun huis niet uit komen. Zij zijn voortdurend aan het *dealen* tussen de waarden die de kinderen van school meekrijgen en de waarden die hun man vertegenwoordigt vanuit het herkomstland. Voor die vrouwen draaiden wij altijd hier op woensdagochtend om half negen altijd films, want dan wisten we dat ze konden. Dan haalden we ze op met de tram, betaalden wij het tramkaartje en dan brachten we ze weer terug. Maar dat was de enige beweging die we op gang kregen. En toen dachten we, we kunnen wel eeuwig debat houden hier over de multiculturele samenleving en over witte en zwarte scholen, maar het heeft meer zin om in de wijk te gaan zitten. Dus toen hebben we met Zina Platform van Adelheid Roosen dependances gemaakt in de wijken aan de andere kant van de A10. Vanuit daar probeerden we weer deze kant op te werken, omdat van deze naar die kant op niet werkt. Dit alles was in het kader van het project Wijksafari, een programma dat in juni en juli Utrecht staat. Als je vraagt aan iemand die in Slotermeer woont: 'zullen we afspreken op het plein?', dan is voor diegene het centrale plein Plein '40-'45 en niet het Leidseplein. Andersom heb ik dankzij de Wijksafari Slotermeer leren kennen. Waar ik af en toe met mijn auto als een sluiproute doorheen crosste weet ik daar nu de weg en de beste winkel. Voor mijn gevoel ben ik daardoor een eigenaar geworden van die wijk. Want ik weet nu welk van de twintig baklavawinkeltjes ik moet hebben en wie er voor de kippen zorgt op dat veldje. Het is andersom gezien niet alleen belangrijk voor hen om hier naar binnen te komen, maar is het ook voor mij, en

iedereen die alleen in de schouwburg en binnenstad komt, om hun wijken en leven te leren kennen. Je bent voortdurend bruggen aan het bouwen en ik denk dat dat ook de functie moet zijn van de schouwburg. Het is ontzettend leuk om met De Doelen samen te werken, dat moeten we vooral blijven doen, maar ik vind het Hiphophuis leuker. Dan denk ik van ja, laat die maar iets doen. Dat merkte ik ook als we hier in de Balie een avond hadden, waar dan de meiden van Adelheid een optreden hadden. Dan stonden ze niet in het buurtcentrum maar hier op het Leidseplein. Dat is toch net iets anders om tegen je familie te zeggen: 'ik treed vanavond op naast de Stadsschouwburg en tussen de Paradiso'. Ik vind dat je die publieke ruimte moet delen, want het is een publieke plek en er zijn nog maar heel weinig publieke plekken in de samenleving. Heel veel bibliotheken kom je ook niet meer in als je geen pasje hebt. Dus vier het!

Denk u dat door een Creative Community te vormen binnen uw schouwburg er meer inkomsten kunnen worden gegenereerd?

Wat je kan doen is dat je het bedrijfsleven probeert te interesseren, voor met name die spin-off die je kan maken. Ik vind het bijvoorbeeld belangrijk dat alle kinderen in Rotterdam een keer naar het theater gaan en dat je dan heel goed nadenkt over welke voorstellingen dat zijn en wat daar dan aan vooraf gaat en wat daar achteraf nog bij komt. Het is natuurlijk niet gewoon halen, brengen en klaar, we willen dat het een groter project is. Dat je van het ontstaan en het maken van een project, van de waarde die dat oplevert, een mini-documentaire maakt van drie minuten en die je die avond op het scherm kan tonen. En dat is waar een sponsoring natuurlijk over gaat. De sponsor kan laten zien dat hij investeert in de stad, investeert in de jeugd. Op die manier proberen ze een bijdrage te leveren aan het Rotterdamse klimaat. Alle kinderen kunnen dit dankzij de Nationale Nederlanden doen. En het is niet zomaar, hup, ze worden in een vak geduwd maar dat er echt maatwerk wordt geleverd. De sponsor wil zich op zijn beurt identificeren met dat maatwerk en dat ze ook weer op andere plekken kunnen laten zien dat ze dat doen.

Je kunt natuurlijk ook de vergrijzing nemen en programma's bedenken voor ouderen in de stad. Het hoeft niet altijd over kinderen te gaan. Hiermee kun je de maatschappelijke *return of their investments* tonen die de sponsor hierdoor krijgt. En dat je het daarvoor gebruikt. Ik denk dat mensen liever daarin willen investeren, dan in één opera extra in een festival. Tenminste, als ik in deze tijd leefde en als bank of als grote multinational alleen maar naar mijn hoofd krijg dat ik naar een neoliberale maatstaf leef en dat ik alleen maar ga over zelfverrijking en over uitbuiting, zou ik mezelf heel graag op een andere manier willen tonen. En met plannen als hierboven heb je natuurlijk een verhaal, een manier om dat op een fantastische manier te doen.

In die zin denk ik niet dat er een direct rendement is van het theater de ontmoetingsplek. Hier in de

Balie hebben we er vier jaar voor geknokt om deze bar winstgevend te laten zijn. Iedereen, net als wij, zitten hier anderhalf uur op vijf euro. Dat zijn dure meters. Dit is een grote ruimte en de schouwburg is dat ook. Ik denk dat je vijf mensen moet hebben lopen die vijftien euro per uur verdienen, of weet ik veel wat. Ik heb hier gezien hoe moeilijk het is, het is ons gelukt. Maar ook gewoon door hele stomme dingen zoals dat je daar plantenbakken zet, waardoor je mensen allemaal in één vierkant drukt en verhoginkjes maakt, waardoor je meer mensen op minder vierkante meters kwijt kunt. Waardoor zij minder hoeven te lopen waardoor je met vier mensen in plaats van vijf klaar bent. Het zijn gewoon de wetten van Heineken. We hebben gewoon geleerd om voetstappen te tellen. En aan de hand daarvan uitgerekend hoeveel mensen hier moeten rondlopen. Het gaat dus meer op indirecte manier, winst maken op het theater als ontmoetingsplek, niet direct via de uitbater. Het gaat daarbij vooral om klimaat. We zijn iets aan het doen wat er toe doet, omdat andere mensen om ons heen bezig zijn. Het straalt een activiteit uit, een dadendrang. Daardoor is het heel prettig om niet een lege doos te hebben staan, maar een plek waar je voelt dat de wereld maakbaar is. Als je een plek maakt waar energie vanaf straalt, eigenaarschap, dan willen mensen daarbij horen. Mensen willen nooit horen bij iets anoniems.

10.7 Interview hoofdprogrammeur Rotterdamse Schouwburg

Interview Walther van den Heuvel – hoofdprogrammeur Rotterdamse Schouwburg

vrijdag 26 april 2013, 11.00-12.00

Locatie: Rotterdamse Schouwburg

Walther van den Heuvel werkt ruim tien jaar bij de Rotterdamse Schouwburg. Allereerst bij festivals en jongerenprogramming en nu sinds een kleine twee jaar als hoofd programming. Daarvoor als speler bij Het Filaal, met zijwerkzaamheden met betrekking tot educatie, randprogramming en festivals. Zijn achtergrond is de theateropleiding. Walther van den Heuvel is een geboren Rotterdammer, maar op dit moment woonachtig in Barendrecht.

Welke plek ziet deze schouwburg voor zichzelf weggelegd in Rotterdam?

Centraal. Heel centraal. Zowel fysiek als wat we verder moeten zijn. Dit zie je aan wat er nu op het plein gebouwd wordt: het circusstad festival. Dat is een initiatief van de schouwburg, samen met Luxor en met een circusopleiding in de buurt. Dit is geïnitieerd vanuit de gedachte dat wat er gebeurt in de schouwburg en het Luxor, dat eigenlijk hele gesloten gebouwen zijn, hier op het plein zichtbaar gemaakt moet worden. Er zijn voorstellingen op het plein en er zijn voorstellingen binnen. Dat betekent dat het buitengebied als het ware een uitloper van de schouwburg is. Dit gebeurt niet alleen bij het circusstad festival; we hebben een totale pleinprogramming. Dit organiseren we samen met De Doelen aan de overkant. Dit betekent dat er op het plein heel veel dingen plaatsvinden die in relatie staan tot de dingen in de schouwburg. Dit zijn door het jaar heen verschillende evenementen. Bijvoorbeeld het Scapino Ballet binnenkort. Hun laatste voorstelling van *Twoo's*, op zaterdag 8 juni, wordt buiten op het plein live *gestreamd*. Wat je binnen in de zaal ziet, zie je buiten op het plein, gratis. De argeloze willekeurige bezoeker heeft zo iets van: hé, daar wordt gedanst. Maar waar is dat dan? Oh het is hier binnen! Heel toegankelijk wordt het dan. Ook organiseren we een popfestival, Motel Mozaïque, en dan spelen er vrij grote bands hier binnen. Daarnaast hebben we hele kleine akoestische optredens in tentjes buiten; alles in het kader van het creëren van een levendige binnenstad te creëren. Rotterdam heeft door de oorlog toch een hele moderne binnenstad die een zekere afstandelijkheid zou kunnen oproepen. Dus we moeten die levendigheid heel erg met elkaar maken.

Willen jullie jezelf duidelijk profileren als ontmoetingsplek?

In ons beleidsplan van de afgelopen vier jaar is de boventitel, of ondertitel, hoe je het wilt noemen, 'sense of belonging' – erbij horen. Dat betekent dat als je hier binnenkomt, dat je het gevoel moet

hebben dat je ergens bij hoort. Dat kan het gevoel zijn bij een voorstelling of bij het publiek te horen, maar kan ook betekenen dat je het gevoel hebt te horen bij een community of een belevingsplek – tot een ontmoetingsplek. Dat geldt voor de bezoeker, voor het personeel en voor de spelers die hier komen. Elke deur die hier open gaat moet idealistisch doordrongen zijn met het gevoel van 'sense of belonging'. Dat is een hele fijne gemeenschappelijke uitstraling die we proberen neer te zetten. Als jij 's avonds als bezoeker binnenkomt, dan wordt de deur voor je opgedaan, wordt je begroet en wordt je vriendelijk aangekeken. Er is een contact, waardoor je het gevoel hebt van: hier ben je welkom. Overdag zit er dagelijks vanaf 11.00 een medewerker van marketing en publiciteit in de hal bij de infobalie, voor vragen. Vanaf 14.00 gaat de kassa open. Overal moet het gevoel zijn dat hier iets is waar je bij wilt zijn. En dat je dingen mag vragen.

De Schouwburg is hier in 1988 gebouwd. Althans, er stond hier voorheen een schouwburg, maar dit is de nieuwe schouwburg. Vanaf dat moment is Floor al onderdeel, een partner, van de schouwburg. We hebben flexibele wanden die de hal en het café van elkaar kunnen scheiden, maar deze staan vrijwel altijd open. We zijn altijd flexibel in de mogelijkheid tot open en dicht. Sinds twee, drie jaar dat we de verbouwing hebben gedaan is Floor veel meer partner in het geheel en delen we ook in de gezamenlijke opbrengst. Dat betekent, dat als er veel bezoekers zijn in de schouwburg, dan hebben we er allebei wat aan. De geldstromen worden samen geregeld. Dat is echter wel een hele puzzel. Maar wel een hele positieve puzzel.

Spelen er ook belemmerende factoren mee wanneer u meer wilt ondernemen om de schouwburg als ontmoetingsplek in te zetten? Bijvoorbeeld een conflict met de artistieke visie?

Nee. Morgenavond hebben we de voorstelling *Zout* van Conny Janssen danst. Het is de laatste voorstelling van haar tournee. De Grote Zaal zit helemaal vol en in de Kleine Zaal hebben we een *Zout Special XL*. Bij de horeca hier, bij Floor, en bij horeca in de buurt wordt er een zout-menu aangeboden. Dat zal waarschijnlijk iets van vis zijn. In ieder geval iets dat heel erg in relatie staat tot de voorstelling. Dat moet elkaar heel erg versterken. Vanavond hebben we *Strange Interlude* en daar zullen waarschijnlijk ook broodjes bij te krijgen zijn tussendoor, omdat dat is een voorstelling van zeven tot elf uur 's avonds. Die verweving tussen horeca en programmering proberen wij zoveel mogelijk te verkrijgen. Dat lukt per keer beter of minder goed. Het zit in ieder geval heel erg in ons bewustzijn. We hebben wekelijks een werkoverleg waarbij schouwburgorganisatie aan tafel zitten met de Floor medewerkers. Zij zijn er bijvoorbeeld ook van op de hoogte hoeveel mensen er vanavond worden verwacht en zetten daar hun personeel op in. We houden heel veel rekening met elkaar.

Wordt er ook geïnitieerd vanuit de gemeenschap en vanuit kunstenaars of komt de input alleen vanuit eigen organisatie en gemeente?

Doel van de gemeente is zoveel mogelijk bezoekers binnen krijgen; dat we zo succesvol mogelijk in de stad staan. De grote inspirator van onze hal en de functie die het heeft was toch wel de directeur die net weg is gegaan, Jan Zoet. Hij heeft de afgelopen jaren heel erg zijn visie neergelegd op datgene wat we nu zien. Samen met iedereen die hier werkt en met alle programmering en alles wat ermee samen hangt. Hij heeft hier veertien jaar gewerkt en heeft heel erg een visie ontwikkeld zodat de schouwburg nu is zoals hij nu is. Dit is ook deels aan de hand gegaan van bezoekersenquêtes. We hebben jaarlijks, of eens in de twee jaar bezoekersenquêtes. En dat is dan echt publieksonderzoek, echt heel fijnmazig.

Is de hoeveelheid bezoekers die u binnenkrijgt naar uw tevredenheid?

We hebben nu 150.000 bezoekers per jaar en dat kunnen er met gemak 200.000 worden, of nog meer. Die hoop hebben we wel, dat we nog kunnen stijgen. Tegelijkertijd is de realiteit wel dat we door de bezuinigingen 600.000 euro inleveren aan de gemeente. Dat is voor ons een heel fiks bedrag. Dat merken we ook in wat de ambities zijn. De ambities zijn groot, maar de realiteit van de financiën is ook wel hard op dit moment. Dat betekent concreet dat we bijvoorbeeld minder gezelschappen kunnen ontvangen, omdat zij via een andere weg hun geld wegbezuinigd zien worden. Ook zullen we officieel twee dagen in de week geen programmering kunnen doen, tenzij het programmering is dat geld oplevert. Daarom gaan we vrij veel popconcerten doen. In de stad hadden we een poppodium Watt; dat was vroeger Nighttown. Echter, dat podium is gesloten door perikelen met de omwoners, geluidsoverlast en allerlei andere, ook financiële, zorgen. Daarom zijn wij in dat gat gesprongen samen met de Doelen en organiseren wij ook popconcerten in de Grote Zaal. Dan gaan alle stoelen eruit, en dan hebben we een zaal voor 1200 man publiek. Dat levert heel veel publiek, beweging en omzet op. Verder hebben Amsterdam en Utrecht heel erg theateropleidingen in zich gebakken. We hebben wel een theateropleiding, maar dat is vanuit de MBO opleiding Hofplein. Dat is nu ook een HBO, maar hij is nog steeds heel klein. In Amsterdam heb je gewoon een hele grote setting: een afdeling mime, een afdeling kleinkunst, een afdeling van alles. Dit maakt de vanzelfsprekende toelevering van publiek wat groter in die steden. Verder zijn wij de jongste stad van Nederland; onze bevolking is het jongst van alle steden. Het opleidingsniveau is denk ik in vergelijking met andere steden niet het hoogste. Misschien wel het laagste. Dat betekent dat de vanzelfsprekendheid om hier naar binnen te komen er niet altijd is. Daar moeten we wat mee. Daarom programmeren we bijvoorbeeld ook dat Circusstad Festival, omdat dat wat laagdrempeliger is dan menig ander voorstelling die we hier hebben staan. We moeten goed

bekijken hoe we toegankelijk kunt zijn, zonder dat je alleen maar commercieel wilt zijn en commercieel programmeert.

Zou zo'n flexibele hal als ontmoetingsplek daarvoor een oplossing kunnen zijn? Of werkt dat niet zo in de praktijk?

Daar zijn geen harde feiten voor. Ik denk toch dat de gemiddelde jongere die hier gisteravond was tijdens het festival toch nog steeds makkelijker bij de MacDonalds binnenstapt dan dat hij hier binnenstapt. Laten we daar reëel in zijn. Tegelijkertijd hebben we hier wel feesten gehad waarin mensen skatend door de hal gingen. We hebben maandagavond een hip hop circusvoorstelling en daarna hebben we een hiphop *battle* hier in de hal. Dan zal je versted staan wat er hier die avond gaat gebeuren zonder een kniebuiging te doen aan niveau of kwaliteit, want we hebben een prachtige voorstelling staan. Maar daarna heb je gewoon een hele vette party waar allerlei verschillende mensen op af komen. Het is geen halleluja verhaal hoor, want niet alles lukt hier. Absoluut niet. Maar de motivatie, de intentie is heel erg, als je hier binnenkomt: kom maar, wat is er te doen? Dat zie je alleen al aan dat hier direct een boekjesautomaat staat met nieuwe theaterliteratuur die je er zo uit kunt trekken. Zo proberen we het zo levendig mogelijk te krijgen en te houden.

Hoe wordt deze schouwburg ingezet als ontmoetingsruimte? Kunt u enkele voorbeelden noemen?

Wat aardig is om te weten in jouw verhaal, is dat de hele hal heel flexibel is. Deze bar kan op drie plekken staan. Hij kan hier staan, hij kan in het midden staan en hij kan daar staan. Dat betekent dus dat we heel veel verschillende opstellingsmogelijkheden hebben. Ook hebben we in de hal verschillende mogelijkheden om een theater te creëren. De gordijnen dicht, hier hebben we een loopbrug en een grit in hangen en dan kunnen de tafels en de stoelen weg. En dit kan ook nog aan de andere kant van de hal. Dus eigenlijk hebben we twee plekken voor een haltheater. En dat is de tribune die we daarvoor gebruiken. Gisterenavond was hier om tien uur 's avonds het radioprogramma Virus in samenwerking met de AVRO. Daar gaan we volgend jaar ook weer mee verder. Dat is een radioprogramma waarin klassieke muziek toegankelijk gemaakt wordt voor jongeren en waar ook jonge violisten en trompettisten komen spelen. Virus is een gratis programma op de donderdagavond voor mensen in de stad, ook weer in samenwerking met De Doelen. Dan verandert ook de opstelling in de hal. Je hebt mensen die speciaal voor dat programma 's avonds een wijntje of biertje komen drinken en elkaar ontmoeten. Op woensdagavond hadden we het programma *World Changing Questions*. Dat is een programma dat zich verhoudt tot veranderingsvraagstukken in de wereld, ten aanzien van nieuwe economieën, en economische

vraagstukken. De aarde een beetje leefbaar te houden. Dinsdagavond - ja het is een leuke week! - was er een Erasmuspodium, in samenwerking met de Erasmus Universiteit in het haltheater daar met allerlei snufjes en weetjes en nieuwe wetenschappelijke ontwikkelingen. En op zondagmiddag hadden we het programma Pagina Groot. Dat is een heel fijn programma met allemaal jonge mensen van jouw leeftijd die gedichten of proza schrijven en het tijdens die middag zelf voorlezen. Heel laagdrempelig, dus niet de verwachting van: 'ik spreek nu in de Rotterdamse Schouwburg'. Het is in het haltheater goed gefaciliteerd, maar wel laagdrempelig uit eigen werk voorlezen. Dat programma zit hartstikke vol. Vandaag is er boven nog een workshop van het RO Theater voor studenten. Zoals je ziet proberen we door de hele week heen levendigheid te veroorzaken die niet perse geld hoeft te kosten als je hier binnenkomt, maar wel het gevoel moet geven: hier wil ik zijn. Elf mei hebben we hier Radio Modern en dat is eigenlijk een beetje op het grensvlak van artistieke programmering en een dansevenement. Dat is een retroswingfeest en daar word je, vanuit het idee van 'sense of belonging', bij binnenkomst *gestyled*. Dan wordt je haar, als je dat wilt, in een vijftigers-look gedaan. Dat swingfeest vindt hier plaats in de hal. Je ziet dat mensen die relatief weinig naar voorstellingen komen wel de weg naar de schouwburg weten te vinden om hier dan ontzettend uit hun dak te gaan.

Hoe zit het met de kosten van deze halprogrammering voor jullie?

Dat is een hele puzzel. Want als je daar die wand ziet, die mediawand, die nu heel rustig is; daar kan heel veel op geprojecteerd worden. Als een gezelschap hier speelt, Conny Janssen is hier zaterdag, of *World Changing Questions* is er, dan kan er daarop allerlei filmpjes en informatie geprojecteerd worden. Vanmiddag vanaf 16.00 is daar de NRC krant op te lezen, dan krijg je alle informatie van de NRC binnen. Maar het programmeren van die muur kost gewoon geld. Het is een prachtig object, maar het bedienen daarvan, en het bedienen van techniek van geluidsapparatuur, kost fors geld. Daar proberen we per evenement een oplossing voor te vinden.

Hoe is de balans tussen de kosten en opbrengsten van de theaterprogrammering en de hal/plein programmering?

We hebben geen specifieke ondersteuning voor de halprogrammering, dus we moeten het ergens vandaan zien te halen. Het programmeringsbudget staat heel erg onder druk. Daar halen we wel wat uit, maar daar moeten we ook creatieve oplossingen voor bedenken. We hebben een vriendenclub, de Schouwburgers. Daarnaast hebben we een heel groot sponsornetwerk die ons ondersteunen. Gelukkig worden we nog steeds ondersteund door sponsors en particulieren en door van alles en nog wat. Die beeldplaten die daar aan de muur hangen, dat is wel aardig om te zien. Het is eigenlijk

een levende galerij. Elk jaar komen er vier kunstenaars die een beeldplaat vullen met een kunstwerk gebaseerd op inspiratie uit het theater. Dat is begonnen met twee of vier platen, en dat zijn er inmiddels aan beide kanten meer dan 40 volgens mij. Daarmee proberen we ook weer kunstpubliek binnen te krijgen; het galeriepubliek. En die platen worden ook weer, dat was het brugje naar sponsoring, gefinancierd door sponsoring. In die zin proberen we het van alle kanten draaiende te houden. Deze hal is ook een plek waar gratis Wi-Fi is. Dit is een plek waar wij mensen uitnodigen om te vergaderen, waar je heel rustig kunt werken. Je kan een plekje zoeken in de hal, laptopje opstarten en aan de slag gaan. En dat zie je ook regelmatig, of steeds meer, gebeuren. Dat hier een afspreekplek is.

Denkt u dat door een Creative Community te vormen binnen uw schouwburg er meer inkomsten kunnen worden gegenereerd?

We doen hier bijvoorbeeld ook verhuringen in de hal. Maar dat moet zich altijd verhouden tot dat je ook nog een vrije inloop kunt houden in de hal. We kunnen die hele hoek verhuren voor bedrijven. Daar kunnen we een borrel organiseren en dan wordt de ruimte en de faciliteiten verhuurd en daar krijgen we inderdaad geld uit.

Denkt u dat uw schouwburg bij uitstek dé plek is waar deze Creative Community gecreëerd kan worden?

Wij hebben het in ons om dé ontmoetingsplek van deze stad te kunnen zijn, maar de Doelen heeft het ook, en Luxor heeft het ook. Ik vind dat cultuurbeleving zo veelvormig mogelijk moet zijn in de stad. Het ene moment moet je naar WORM kunnen gaan, dat is een soort underground-achtige cultuurbeleving, een ander moment moet je naar een popconcert kunnen gaan bij Bird en weer een ander moment moet je voor klassieke muziek kunnen kiezen. We zijn in Rotterdam heel erg gericht op zoveel mogelijk bezoekers voor je eigen organisatie trekken, maar we doen bijvoorbeeld ook weer met de Doelen een gezamenlijke uiting waarin gewoon staat wat er per dag hier te zien is en wat er in de Doelen te zien is. We proberen gezamenlijk heel erg te stimuleren dat er een culturele beleving in de stad is. Er is hier een Pauluskerk vlakbij die binnenkort wordt geopend. Dat is een hele beroemde kerk vanwege zijn opvang voor in het verleden verslaafden en nu voor dak- en thuislozen en voor mensen zonder verblijfspapieren, maar het is ook gewoon een kerk. Zij hebben een cultureel podium waar wij ook mee samen werken. We hebben de gedachte dat we door zoveel mogelijk samen te werken zoveel mogelijk mensen op de been kunnen krijgen. Concurrentie heeft geen zin. Vroeg of laat heb je elkaar nodig. Een goed voorbeeld is het Luxor: wij hebben binnenkort een voorstelling die vrij lastig loopt in publieksopbouw en daarom delen wij nu eenmaal de adressen om

ons publiek een keer te attenderen op een voorstelling bij hen en andersom. Proberen elkaar te vinden waarin nodig is. Eigenlijk is het niet alleen een zaak om hier een ontmoetingsplek te creëren, maar ook om deze uit te breiden in de hele (binnen)stad. Een groter project dan alleen hier in de schouwburg.

Het toverwoord in Nederland is op dit moment veiligheid. Veiligheid wordt meestal vertaald in meer blauw op straat, meer camera's overal en meer security mensen en burgerwachten. Terwijl, hoe idealistisch misschien ook, te zeggen van hoe meer cultuur er is, hoe meer mensen er op straat zijn en hoe meer beweging er is. Als je hier 's avonds kijkt, de Pathé als die open is en uit gaat, de Doelen als die open is en uit gaat, de schouwburg open is en uit gaat en de omliggende horeca, dan heb je bijna geen blauw op straat nodig aangezien er heel veel leven op straat is. Zou je de culturele instellingen hier sluiten dan kun je hier een kanon afschieten en dan heb je een soort gribusachtige stilte; een spookstad. Wij zijn er daarom ook heel erg positief over, of je het nu mooi vindt of niet, dat er veel meer bewoning komt in de stad. Na de oorlog is hier natuurlijk heel veel wederopbouw geweest en is de bewoning meer buiten het centrum gegaan. Nu de laatste jaren wordt er weer heel veel bewoning in de stad getrokken. Dat is voor de levendigheid van de stad van groot belang. Het grappige in Rotterdam is ook dat doordat die oorlog er is geweest en het bombardement zo'n enorme impact heeft gehad, je voor een stuk het gevoel hebt alsof je een maakbare stad hebt. Die maakbaarheid zit denk ik in Rotterdam meer gebakken dan in andere steden, omdat er voortdurend fysieke ruimte is geweest door die enorme kaalslag en tegelijkertijd deze ruimte opnieuw gebruikt en ingepast is. In Utrecht bijvoorbeeld kun je geen spa in de grond steken of je hebt een monumentprobleem. Amsterdam heeft dan wel wat ruimtelijkheid, maar toch ook beperkt. In Rotterdam zit nog altijd heel veel ruimte en is constant in beweging, vernieuwing. Heel spannend.

Heeft de schouwburg op dit moment nieuwe plannen om het theater als ontmoetingsruimte in te zetten? Hoe worden deze plannen beïnvloed door de komst van Ellen Walraven, de nieuwe directeur?

Ellen begint 16 of 17 juni pas, dus we hebben nog weinig over plannen kunnen spreken, behalve dan bij de sollicitatierondes. Tegelijkertijd, zij heeft datgene wat we hier proberen neer te zetten heel erg om zich heen hangen. Zij komt uit een theatercollectief, 't Barre Land, waar je heel erg gewend bent om met elkaar verantwoordelijkheid te nemen, of het nou het licht inhangen is, of de dramaturgie, of het spel. Heel anders dan een hiërarchisch georganiseerd gezelschap met een klassieke verhouding tussen regisseur en dramaturg. Ik denk dat door die collectiviteit, die we hier ook proberen vorm te geven, terwijl wij hier ook een directeur en een hiërarchische verhouding hebben, zij hier absoluut gaat passen. Daarnaast heeft ze natuurlijk bij De Balie gezeten, een debatcentrum in

Amsterdam waar ontmoeting, debat en elkaar scherp houden centraal staat. En ik denk dat zij dat ook hier mee naartoe gaat nemen. Want alles staat er klaar voor. Echt alles staat klaar.

We moeten ook zien in hoeverre ze het politieke aspect mee gaat nemen. We hebben hier al een Politiek Café Rotterdam gehad en het zou heel goed zijn om daar bijvoorbeeld weer mee verder te gaan. We verheugen ons op haar inhoudelijkheid. En wat ze op dit moment ook heel erg sterk bij Toneelgroep Amsterdam doet is het in context plaatsen van voorstellingen en programma's. Dat je niet alleen naar een voorstelling gaat, maar dat je ook een inhoudelijke ontmoeting daaromheen hebt. Dit kun je zien in de trant van nagesprekken en inleidingen, maar dat is nog de meest eenvoudige manier. Wat gaan we zien? Wat heeft u gezien? Een duiding. Je kunt een voorstelling ook haaks zetten op maatschappelijke of mondiale ontwikkelingen. Ik denk dat zij daar hele goede impulsen aan kan geven.

10.8 Interview hoofdprogrammeur Stadsschouwburg Utrecht

Interview Steven Peters – hoofdprogrammeur Stadsschouwburg Utrecht

dinsdag 16 april 2013, 14.00-15.00

Locatie: Stadsschouwburg Utrecht

Steven Peters is sinds begin 2012 werkzaam als Hoofd Programmering in de Stadsschouwburg Utrecht. Daarvoor heeft hij gewerkt als programmeur bij theater Bellevue en bij de nieuwe DeLaMar. Hij is woonachtig in Amsterdam. Steven Peters heeft Theater-, Film en Televisiewetenschappen gestuurd aan de Universiteit van Utrecht.

Welke plek ziet deze schouwburg voor zichzelf weggelegd in de stad?

Wij hebben een programmering die voor iedereen is, want wij zijn het enige podium van dit formaat. Niet alleen in de stad, maar eigenlijk in de hele regio. Er zitten bijvoorbeeld wel wat theaters in Houten en Nieuwegein, maar die zijn qua programmering en gebouw gewoon niet te vergelijken met ons. Het Beatrixtheater en Theater Kikker, de andere theaters in Utrecht, zijn gewoon niet te vergelijken met ons. Theater Kikker is veel kleiner. We hebben daar natuurlijk wel met de Blauwe Zaal programmering mee te maken. En in het Beatrix Theater willen heel veel mensen gewoon niet staan. Het is zo groot en ongezellig. Daar staan vooral musicals en soms ook iemand als Guido Wijers. En natuurlijk het nieuwe Vredenburg, hè. Dat gaat binnenkort weer open. Dat is wel weer interessant, hoe wij ons daartoe gaan verhouden.

Omdat wij zo'n grote schaal hebben en de grote zaal met bijna 1000 stoelen en de blauwe zaal 225 max., moeten wij breed programmeren. Wij hebben alle grote gesubsidieerde gezelschappen in huis die reizen, van toneelgroep Amsterdam tot de nationale reisopera, van nationale ballet tot Conny Jansen danst. Dat segment vinden wij belangrijk om te laten zien, maar ook een Tineke Schouten en Herman van Veen. Onze ambitie is om zoveel mogelijk Utrechtenaren te bedienen. Dat lukt natuurlijk niet helemaal want er zijn altijd mensen, zeker in deze tijd, die het gewoon niet kunnen betalen. Maar zelfs daarin hebben wij een behoorlijk sociaal beleid. Zo heb je bijvoorbeeld de U-pas voor mensen zonder geld; daar doen wij ruimhartig aan mee. We hebben nu zelfs voor alle jongeren tot 18 jaar alle voorstellingen op 10 euro gezet, behalve hele dure shows en cabaret in de Douwe Egberts zaal omdat we van mening zijn dat je die laatste ook prima op televisie kunt zien. Daar hoeft je niet perse voor naar het theater. Maar verder bieden wij voor een bepaalde doelgroep echt alles aan voor een behoorlijk lage prijs. Ook hebben we nog een heel duidelijk beleid, waarvoor we specifiek één medewerker in dienst hebben genomen, voor cultureel divers. Dat gaat echt om beleid

voor mensen van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse afkomst. Daar doen heel veel theaters niets aan, maar dan verdwijnt nooit de kleur wit uit je theater. Jongeren doen we natuurlijk ook omdat ze de toekomst hebben, maar ook omdat we podiumkunsten gewoon heel belangrijk vinden. Daarnaast is de groep ouderen ook een doelgroep van ons; we hebben heel veel ouder publiek. Deze mensen hebben vaak veel tijd en geld, waardoor deze drempel al lager wordt. Wel is er vaak een sociale drempel. Dat ze het ofwel te onveilig vinden om 's avonds de stad in te gaan, ofwel niet alleen willen. We zijn op dit moment wel bezig met hoe je dat toch kan faciliteren. Op die manier hebben we wel ambitie in huis om mensen binnen te halen. Dat is misschien heel anders dan Theater Kikker. Die hebben die ambitie ook, maar zij hebben zo'n niche in de markt, als het gaat om het publiek dat hun aanbod interessant vindt. Dat is een heel specialistisch publiek. Daar is verder niets mis mee, ik kom zelf ook uit die hoek. Maar wij willen gewoon graag zoveel mogelijk mensen binnenhalen. En dan vooral door het aanbod zo breed en aantrekkelijk mogelijk te maken, de drempel financieel proberen te slechten. Dat laatste is iets wat nog niet heel makkelijk is omdat wij ook in een spanningsveld zitten met producenten, gezelschappen en ook wel de andere theaters. Je kunt niet in Utrecht vijf euro voor een kaartje vragen terwijl het in de rest van de wereld vijftig kost. Dat lukt niet, nog even los van dat het theater dan failliet gaat en de aanbieders ook.

We proberen dat wel echt in de gaten te houden. Mijn directeur vindt het ook heel belangrijk dat wij een derde rang hebben, zodat je nog altijd voor een relatief lage prijs ergens naartoe kunt. Wat je soms ziet is dat mensen een derderangs kaartje kopen en vervolgens naar de eerste rang verkassen en daarvan denken we: oké, geef ze eens ongelijk. Weet je, als de zaal toch niet vol zit dan berusten wij daar natuurlijk in. We hebben nog niet de gedachte om hier een grand-café te beginnen. We hebben natuurlijk wel een restaurant, dat 's avonds ook toegankelijk is voor bezoekers die niet naar een voorstelling gaan. Maar de praktijk wijst uit dat dat nog niet heel erg vaak gebeurt. Het gebeurt wel, maar heel veel mensen weten niet dat je er überhaupt naar binnen kunt; dat je boven welkom bent wanneer je niet aansluitend naar een voorstelling gaat. Dat is nog wel een punt van aandacht. We willen graag zoveel mogelijk mensen binnen hebben.

Verder hebben we verbouwingsplannen. Dat gaat niet alleen over de kantoren, maar ook over het hele entreegebied en over het restaurant. Dat willen we groter gaan maken en in het verlengde daarvan is ook het idee om een deel van dat entreegebied overdag toegankelijk te maken. Zo stond er vroeger bijvoorbeeld een leestafel en een koffiezetapparaat. Daar zitten we nu precies midden in, in die discussie. Als we over termijnen spreken waarop dit gaat gebeuren, dan is de inschatting op z'n vroegst over een jaar. Dus niet komende zomer, maar in de zomer van 2014. Mijn inschatting is dat het een jaar later wordt, dus in 2015. Want als het niet in de zomer van 2014 gebeurt, dan

wordt het ook gelijk een jaar later. Wij moeten namelijk gewoon door. Onze programmering staat en we moeten natuurlijk wel mensen in huis blijven houden.

Hoe wordt deze schouwburg ingezet als ontmoetingsruimte? Kunt u enkele voorbeelden noemen?

Op het gebied van het gebouw openstellen, doen wij overdag ook veel verhuringen. Dat doen we zowel commercieel als cultureel. Ook hebben wij natuurlijk een aantal festivals in huis, zoals Tweetakt, SPRING, Nederlands Film Festival. Dat zijn ook verhuringen voor ons, daar verhuren wij de zaal aan. Maar het is voor ons ook belangrijk om dat publiek in dit gebouw te hebben, in de hoop dat ze daarna naar een voorstelling komen; dat ze überhaupt het gebouw leren kennen.

Wat ik verder altijd heel erg toejuich zijn programma's zoals we die hadden in november: TEDx. Dat is voor ons perfect publiek: Jong, hoogopgeleid, heel creatief. Die mensen hebben wij één dag in huis gehad, het was ontzettend vol. Compleet met lunch en borrels na afloop, daar wordt ik dan wel heel blij van. Normaal is het zo dat de programmering primaat heeft, tot deadline brochure mag de afdeling verhuur – tenzij bij uitzondering – een dag claimen van de zaal. Maar in zo'n geval wijk ik daar wel van af. Het komt weleens voor dat de afdeling verhuur aan mij vraagt: Ik heb nu een hele interessante verhuur, mag ik hem nu al in optie zetten? Het heeft natuurlijk ook baat bij onze artistieke visie dat we hier talentontwikkeling en creatieve mensen hebben die over de vloer komen. Ook moeten we heel realistisch blijven, de tijden veranderen. Wat er nu toch dreigt te gebeuren is dat er aanbod verdwijnt omdat producenten het niet volhouden en omdat het publiek terugloopt. Dan is het heel interessant om te kijken hoe je op een andere manier je diensten aan kunt bieden. Op dit moment loopt die discussie: op welke manier willen we gaan inzetten om toch zoveel mogelijk publiek binnen te krijgen?

We hebben ook altijd kunst in huis, tentoonstellingen. Dat is overdag lastig te bezoeken omdat wij met de beveiliging zitten. Beneden in een gedeelte van de foyer kun je als bezoeker overdag gewoon komen, want daar staan de kassa's ook. Maar een stukje verderop heb je de poortjes, daarachter is het overdag officieel gesloten. Ook Zinding is overdag gesloten, dat begint pas echt 's avonds te lopen. Het probleem 's avonds is dat als we theatereters hebben, dan vertrekt die shift om acht uur de zaal in. Dit zijn echter ook dezelfde mensen die dat restaurant dan in de pauze als foyer gebruiken. In de pauze is het gewoon buffet. Bij uitverkochte voorstellingen hebben we die buffetten heel hard nodig; ook na afloop van de voorstelling is de ruimte nodig. Dus je kunt als restaurant niet twee of drie shifts op een avond doen omdat je anders te weinig volume hebt. Mensen kunnen hier altijd gewoon komen eten, maar dan moet je ook gewoon mee in dat ritme. Dat zou betekenen dat je uiterlijk in de pauze weg moet zijn. Dat is logistiek wel problematisch. Daar zit dus wel een afweging. Ik zou het liefst al die functies in huis hebben, maar dat verdraagt elkaar niet. Je hebt allerlei verschillende publieksstromen, door heel de dag.

Ons ondernemingsplan van 2013-2016 heeft als ondertitel: Podium van de stad, stad als podium. Dit document heb ik samen met de directeur geschreven toen ik hier net werkte, dat was meteen een goede manier om het hele bedrijf te leren kennen. Wat ik heel leuk vind aan deze schouwburg is het 'podium van de stad' gedeelte. Daarbinnen proberen we, en daar zijn we echt veel actiever in dan een aantal jaar geleden heb ik het gevoel, gastvrijheid te verlenen aan Utrechtse initiatieven. Er zitten een aantal meerjarig gesubsidieerde gezelschappen in Utrecht, onder andere in Het Huis, het vroeger Huis a/d Werf. Onder andere Boukje Schweigman, Dries Verhoeven – die zat er al -, Lotte van den Berg (die heeft dan geen geld gekregen) en de Warme Winkel. Je had natuurlijk al het Nieuw Utrechts Toneel van Greg Nottrot, en die proberen we ook wel echt gastvrijheid te verlenen door voor hen de kaartverkoop te doen als ze dingen op locatie maken en ze daarnaast mee te nemen op onze website met een vermelding.

Daarnaast zijn wij ook vrij actief in het buitenshuis dingen doen. In die zin proberen we de verbinding met de stad te leggen: 'Stad als podium'. Een van mijn eerste daden was het binnenhalen van Wijksafari van Adelheid Roosen. Dat gaat in het voorjaar hier spelen. Dat heb ik in Amsterdam gezien in een buitenwijk en dat was zo'n bijzonder project dat ik direct na afloop tegen haar heb gezegd: dit moet in Utrecht. En dat gaat nu gebeuren, in juni en juli in de wijken Ondiep, Zuilen en Overvecht. Dat project is echt voor de stad. Dat is meer een sociaal-cultureel project dan een cultureel elitair project. Wij vinden het heel belangrijk om als ruil voor de hoeveelheid subsidie die we krijgen, want die is nog best fors, iets terug te doen voor de stad.

Bent u op de hoogte van het bezoekersprofiel van uw schouwburg?

Dat hangt heel erg van de voorstelling af. Het is nog steeds heel erg wit en Utrecht heeft natuurlijk een hoog opgeleide bevolking. Relatief jong, maar ook met behoorlijk geïnteresseerde ouderen. We hebben een hele hoop bezoekers die ik weet niet hoeveel kaartjes per keer kopen voor het hele seizoen. De voorverkoop start hier drie juni a.s. en dan staan er gewoon vijftig man voor de deur om tien uur. Dat heeft mij verrast, want ik heb dit afgelopen juni pas voor het eerst meegemaakt. Of ze zitten al uren op stoelen te wachten voor de deur. Die willen perse de beste plaatsen. Sommigen willen zelfs bepaalde plaatsen en die hebben daar veel voor over. Maar dat is natuurlijk wel een beetje een uitstervende klasse. Maar het verrast mij hoor, hoe twee dagen na de voorverkoop drie voorstellingen die bij ons bijna een jaar later plaatsvonden bijna uitverkocht waren.

Maar daarnaast zijn we dus ook aan het proberen om een ander soort publiek binnen te krijgen. Jongeren, cultureel divers, heel belangrijk. Dat is een heel andere energie. Die komen pas veel later, dat zijn de late beslissers. Die worden niet getrokken door de jaarbrochure, maar door bijvoorbeeld een lelijke flyer bij de buurtsuper.

Is de publieksbezetting op dit moment naar jullie tevredenheid?

Utrecht staat bekend als een van de best lopende theaters van Nederland, maar wij zien het ook wel teruglopen. Nu niet dramatisch, maar op termijn natuurlijk wel. Er stond gisteren een groot artikel over Carré in de krant, die bijna 50.000 bezoekers minder had getrokken ten opzichte van vorig jaar. Dat soort aantallen zie je hier niet. Ik denk dat het hier iets van 5% minder was. Wat je wel ziet is veel grilliger consumentengedrag. Mensen kopen niet meer maanden van tevoren hun kaartje maar wachten gewoon. En vaak wachten ze er ook op of er misschien nog een actie komt van het een of het ander.

Denkt u dat de profilering van uw schouwburg als ontmoetingsruimte kan bijdragen aan de verandering en/of uitbreiding van dit bezoekersprofiel? Zo ja, waarom denkt u dat?

Je zou je kunnen voorstellen dat je hier een soort Stadscafé hebt vanwege de centrale ligging. Dat is een heel andere insteek, want dan maak je die horecafunctie een heel stuk belangrijker. Ik heb daar geen bezwaren mee hoor, maar... Mensen ontmoeten, altijd goed. Je hebt hier een hele hoop creatieve hotspots, die zie je overal opduiken in de stad. Ook in Amsterdam, waar ik woon. Er komen natuurlijk een hele hoop industriële gebouwen leeg te staan. Dat is natuurlijk een hartstikke mooie bestemming daarvoor. Ik vraag me af of je het in ons geval als theater uiteindelijk daar niet tegen aflegt. Omdat wij ook heel vaak met name de foyers overdag verhuren, is die ruimte niet onbeperkt beschikbaar. Dat is een soort keuze die je dan maakt. Wil je dat café-restaurant? Wat prachtig is. Wil je dat dan helemaal opengooien richting de stad en het dus niet meer toegankelijk maken voor je bedrijfsverhuringen of je congresverhuringen? Dat kan, maar ik vraag me af of we die race op die manier gaan winnen. Maar dat is mijn persoonlijke aarzeling.

Wat betreft het ontmoeten van kunstenaars: wat wij heel erg toejuichen is dat na de voorstelling de artiesten nog naar Zindering komen. Bij ons is altijd iemand die dienst heeft bij een voorstelling; ik, de directeur, één van de programmeurs, of andere medewerkers van informatie met name. Er is altijd een gastheer of -vrouw die dan na afloop een drankje aanbiedt. Dat wordt niet altijd op prijs gesteld, maar meestal wel. Sommige mensen willen in de artiestenfoyer blijven, types zoals Youp van 't Hek, nou, prima. Maar de meesten vinden het juist super leuk. Die hebben nog even een borreltje in Zindering en dan praat je nog wat na. De meeste mensen ken ik ook inmiddels wel. Dus op die manier proberen we dat wel te stimuleren.

Spelen er ook belemmerende factoren mee wanneer u meer wilt ondernemen om de schouwburg

als ontmoetingsplek in te zetten? Financieel, beleidsmatig (bijvoorbeeld eisen vanuit de gemeente), conflict met artistieke visie, of te weinig personeel ?

Ik denk dat we er überhaupt niet aan moeten beginnen, om ons theater te gaan profileren als ontmoetingsruimte. Dit heeft vooral met de functionaliteit van het gebouw te maken. Rotterdam is daarin een interessant voorbeeld want daar hebben ze die hele foyer opengegooid en het café er zo'n beetje bijgetrokken. De hele hal, dat altijd een dode plek was overdag, hebben ze nu helemaal open, en ook de verbinding met het café – die was dicht, maar kon wel open – die is nu altijd standaard open. Er staan ook lange tafels in de hal. Ze hebben een soort plek gecreëerd voor inleidingen en nagesprekken en die doen ook veel meer in die hal tegenwoordig. Ze hebben grote videoschermen, het is wel heel mooi hoor! Zij hebben het helemaal andersom gedaan. Zij proberen daar overdag mensen die bijvoorbeeld willen gaan zitten werken binnen te halen. Ik denk dat ons gebouw daar nu niet op gebouwd is. We hebben niet zo'n enorme hal waar dat in kan. Dat kun je wel creëren, maar dan kom je weer bij dat verhaal dat het een keuze is die ook weer ten koste kan gaan van je andere functies. Dat is echt een keuze, en die afweging zijn wij op dit moment niet aan het maken, dat wij willen gaan voor die *hotspot*. Rotterdam had namelijk een ander probleem, dat is dat daar heel weinig theaterbezoek was, of misschien nog wel is. Die hebben veel minder bezoekers dan wij. Rotterdam is een werkstad, zij zijn altijd jaloers op onze zaalbezetting. En dan is het interessant om te zien hoe je overdag reuring in zo'n gebouw kunt krijgen. Als je toch die hal hebt en dat café ernaast kun je makkelijker proberen het publiek binnen te trekken.

Het is een combinatie van een andere uitgangspositie en van een ander gebouw. Ons gebouw leent zich daar niet zo makkelijk voor, want dan zou je heel veel andere dingen moeten laten. Weet je, als je dat gaat creëren en inspireren en je hebt daar eigenlijk geen geschikt gebouw voor, dan wordt het echt onzin. Dan heb je misschien twee leuke mobiele werkplekken, maar komt er echt geen hond op af. Er moet wel van alles gebeuren. Er moet sfeer zijn, er moet reuring zijn. Er moet een inspirerende ruimte zijn. Ik vond ons restaurant absoluut inspirerend, maar het is niet een grand-café. Geen enorme oude fabriekshal. In onze zoektocht naar diversiteit trekken we vooral de stad in, naar buiten. Dat is weer een keuze hé. We doen bijvoorbeeld ook een circus, één keer per jaar. Dat zijn op zich hele dure keuzes. Dat is in principe duurder dan hier binnen blijven omdat je op een andere plek een theater moet creëren. Zo'n Wijksafari kost tonnen omdat het helemaal op die wijken gemaakt is. Maar goed, dat doe je niet, zoals ik zei, vanwege de theaterbezoeker, maar vanwege de wijk. En dat vind ik super belangrijk.

Denkt u dat deze profilering bijdraagt aan de uitbreiding van het bezoekersprofiel?

Dat hoop ik. Dat is natuurlijk een van de doelstellingen die je daarmee hebt. Het betekent in ieder

geval wel dat je mensen op je pad treft die je anders nooit tegen zou komen.

Is het onderzocht of er daadwerkelijk een uitgebreider bezoekersprofiel is?

Nee, niet dat ik weet. Weet je, ik spreek nu mensen vanwege die Wijksafari die in die wijken wonen. Die zijn nog nooit binnen geweest. En als ik vraag waarom, dan zeggen ze: 'dat kunnen wij niet betalen'. Ik sprak laatst een ouder echtpaar dat in die wijk woont en meedoet aan dat project. Zij zeiden: 'als wij eten en drinken hebben gekocht, dan is het geld gewoon op'. Een kaartje is dan toch gauw, zelfs met korting, 15 euro. Laat staan als je met je gezin gaat. Er zijn heel veel mensen die zich dat niet kunnen permitteren. En dat probleem kunnen wij niet oplossen, behalve dan met dat prijzenbeleid. Maar dat kun je maar tot zover doen.

Zet de afdeling marketing & communicatie strategieën in om de schouwburg als ontmoetingsruimte te positioneren?

Niet perse. Voor jongeren en cultureel divers vereist de publiciteit een fijnmazige manier van promoten. Dit gaat niet per seizoensbrochure; daarvoor moeten we de wijken in, ambassadeurs hebben, jongeren die flyereren, noem het maar op. Het is dan niet genoeg om hier een driehoeksbord neer te zetten met een affiche erop. Sterkers nog: die affiches zijn er vaak niet. Dat is echt een hele specifieke benadering. Verder is de marketing bij ons tot nu toe meer gericht op producties. Dat is wel een interessante vraag, want dat is volgens mij wel iets waar wij zelf ook veel mee bezig zijn. Toevallig was ik gisteren op een bijeenkomst over een project wat ik met andere grote schouwburgen doe. Aan dit project hangt een label. En toen vroeg iemand: God, heeft dat nou wel zin om voor per stad vier voorstellingen een apart label te gaan promoten? Je kunt beter die vier voorstellingen promoten. En toen dacht ik: Dat zal voor ons denk ik ook wel een beetje zijn. Dat overwegen wij natuurlijk ook wel. Omdat wij die brede programmering hebben is het lastig om het gebouw als geheel te promoten. Dan promoot je niet zoveel, behalve dan een gebouw waar je in mag. Maar iedereen mag dit gebouw in, tot op bepaalde hoogte. Ik denk dat je daar niet zoveel mee bewerkstelligt, aanvankelijk. Mensen die van opera houden komen hier als er een specifieke opera is. Mensen die van een bekende cabaretier houden, die komen dan. Het grootste deel van onze bezoekers komt één keer per jaar. Dus we hebben die diehards, dat is een hele fijne club, dat legt een leuke bodem in je verkoop. Dat is zo'n 20 tot 30% van de totale jaarverkoop; dit was veel meer. Toch, dat is natuurlijk nog steeds best keurig. Daarna heb je die eenmalige gebruikers. De ambitie is om die twee keer binnen te krijgen, want dan heb je al een verdubbeling van je bezoek. Maar dat blijft toch best moeilijk.

Weet je, Carré is in crisis – dat stond gisteren in de Volkskrant. Ik ga graag naar Carré, maar ik weet

precies waar ik naartoe ga. Ik ga niet vanwege het gebouw naar Carré. Die illusie heb ik ook niet hier. Ik bedoel, er zijn natuurlijk wel vaste bezoekers. Die wonen in Utrecht en die komen al honderd jaar tien keer per jaar hier, maar die komen ook niet voor het gebouw. Die komen voor de voorstellingen en het eten van te voren. Dat wel, omdat het een goed restaurant is. Maar dat zij komen voor het gebouw en de plek op zich, daar geloof ik niet in.

Dus niet perse voor de "huiskamer van Utrecht".

Nee, maar dat zijn we natuurlijk ook niet. Het is natuurlijk wel belangrijk dat je zo servicegericht en comfortabel mogelijk hier terecht kunt. Daar valt nog best wel wat aan te verbeteren, qua comfort bijvoorbeeld. Het gaat hier dan over beenruimte, of de zichtlijnen in de zaal.

10.9 Interview zakelijk directeur Koninklijke Schouwburg Den Haag

Interview Hedwig Verhoeven –zakelijk directeur Koninklijke Schouwburg Den Haag

donderdag 27 juni 2013, 13.45-14.45

Locatie: Koninklijke Schouwburg Den Haag

Hedwig Verhoeven is sinds 2010 werkzaam als zakelijk directeur van de Koninklijke Schouwburg Den Haag. Daarvoor heeft zij enkele jaren gewerkt als directeur van het Munttheater in Weert. Op dit moment is zij woonachtig in Den Haag, maar heeft eerder zowel in Utrecht, Amsterdam als Rotterdam gewoond. Ze heeft Theater-, Film- en Televisiewetenschappen gestudeerd aan de Universiteit van Utrecht en is in 1995 afgestudeerd in de richting Kunstbeleid en Management en Dramaturgie.

Welke plek ziet de Koninklijke Schouwburg voor zichzelf weggelegd in Den Haag?

Wat de situatie hier bijzonder maakt is dat de artistiek directeur Oscar Wibaut, die eigenlijk helemaal in het straatje van dit onderwerp zit, sinds half december ziek is. Zelf ben ik hiervoor wel directeur geweest bij een theater waar ik de programmering en de managementkant meer in één hand had. Dat was bij het Munttheater in Weert; een klein regionaal theater. Dat theatertje had wel 500 stoelen maar een heel andere functie natuurlijk dan iets dergelijks in een grotere stad. Dat maakt dat het vanuit deze rol wel wat ingewikkelder is, maar ik geef gewoon mijn eigen visie erop. Zoals ik vind dat het met de schouwburg zou moeten gaan.

Op dit moment is de Koninklijke Schouwburg echt een icoon van de Haagse cultuurwereld. Deze schouwburg zeker omdat hij al zolang bestaat in deze stad. Hij vervult echt een functie binnen de rol die Den Haag wil vervullen als stad van het woord; toneelstad. Couperus, Eline Vere, nou dat gebeurde allemaal in dit theater. Maar ook de Haagsche Comedie is hier gestart en ontstaan. In die tijd was het echt gezelschap en Huis in één hand; één directie. Daarnaast is het natuurlijk de oudste van die vier Randstedelijke Schouwburgen. Amsterdam is van eind 19^{de} eeuw en daarmee bijna een eeuw jonger. De Koninklijke Schouwburg is uit 1804. We hebben nu nóg foyers uit die tijd. Wel gerestaureerd uiteraard, maar de zaal is echt nog origineel van toen en de klassieke foyers op de eerste verdieping ook. Het is een Huis waarin ontzettend veel theater en toneelgeschiedenis geschreven is. In die hoedanigheid vervult ze haar rol optimaal, maar als je meer kijkt naar een verbinding met de samenleving en rechtdoen aan een veranderende demografische samenstelling van de stad, vind ik dat we nog teveel voor een smal deel van de stad opereren. Blank en hoogopgeleid. Nou ja, ik weet niet of je dat helemaal zou moeten en kunnen veranderen. We zijn een lijsttoneel, daar begint het al mee. Echt naar podiumkunsten kijken in de lijst, ik denk heel erg

dat dat voor een doelgroep gedaan wordt en geschikt is die ook echt in die traditie is opgegroeid. Ik geloof echt dat waar in de jaren negentig heel erg geprobeerd is om mensen van een andere etnische achtergrond in deze theaters te krijgen, dat dat niet zo goed gelukt is. Dat vind ik ook niet raar, omdat daar andere culturele gebruiken geldend zijn. Daar winnen de festivals ontzettend terrein; men is daar op een andere lossere manier verbonden met podiumkunsten denk ik. Dit Huis is toch statisch in zijn architectonische beperkingen. Je moet er naartoe, dan ziet het er al heel deftig en sjiek uit; dat is drempel twee. Drempel drie is ook nog eens dat we voornamelijk toneel programmeren, 80% van ons programma bestaat uit toneel. Dat maakt ons anders dan die andere drie in de grote steden. Waar Utrecht een hele grote, maar toch nog steeds regionale functie vervult, doen wij dat niet. Wij hebben deze functie echt samen met Theaters Diligentia en Pepijn; in deze stad doen zij voornamelijk cabaret. Lucent Danstheater doet voornamelijk dans van het Nederlands Dans Theater. Ook Opera staat daar regelmatig. Klassieke muziek staat in Den Haag in de Dr. Anton Philipszaal. Al die genres zijn ontzettend verdeeld in Den Haag. Als je ons zou willen vergelijken met de Stadsschouwburg Amsterdam, dan moet je op z'n minst de Koninklijke Schouwburg optellen bij het aanbod van het Theater aan het Spui en zelfs ook nog bij het aanbod van het Lucent Danstheater en het Korzo Theater. Wat in Amsterdam in de Rabozaal en in de Grote Zaal staat, plus dat ze nog het grote festival Julidans hebben, dekt een beetje de lading – niet in hoeveelheid voorstellingen, maar wel in breedte – van wat hier drie à vier podia doen. De programmering is hier eigenlijk het meest gespecialiseerd van alle vier de Randstedelijke Schouwburgen. Er is geen theater in Nederland dat zoveel toneel laat zien en ook zoveel in de breedte. Alle gezelschappen uit de basisinfrastructuur staan hier; de gezelschappen die door het Rijk gefinancierd worden. Ook staat er een heel groot deel van het niet structureel gesubsidieerde toneelaanbod. Dat gaat ook vaak hier in première. Het aanbod van Hummelinck Stuurman, of van Pim Wallis de Vries; aanbod dat ook wel eens in DeLaMar staat. Onze programmering is een mix in het profiel tussen Stadsschouwburg Amsterdam aan de toneelkant met de commerciële toneelvoorstellingen van DeLaMar. Die mix werkt hier ook heel goed, ondanks dat we een Circustheater en het World Forum Centre hier in Den Haag hebben. Daar staan de grote commerciële musicals; in het Circustheater staan natuurlijk de vaste titels van Joop van den Ende. Je merkt dat men het heel bijzonder vindt om een voorstelling die je misschien ook op 150 andere plekken kan zien, toch hier te gaan zien. Ook hebben we een rol te vervullen, gek genoeg, zoals Carré die ook heeft. Waar Carré ook vaak het gevoel geeft aan artiesten van, daar moet je één keer hebben gestaan, is dat bij de Koninklijke Schouwburg ook op kleinere schaal. Dan moet je denken aan het type artiest zoals Claudia de Breij. Ik wil één keer in de Koninklijke staan. Het zit vaak in de cabarethoek. Die dan één keer dit willen veroveren en dat ook zo voelen; zo van dan heb ik de top bereikt. Dan zit je hier natuurlijk op 700 plaatsen, als je Carré pakt zit je op 1500. Dat is

dan nog een slagje groter. Maar in die rol zit het wel een beetje. Als je dan terug gaat naar welke functie vervullen we, nou die! Dat gaat om artiesten, maar ook om bezoekers. Het is echt een uitje om naar dit gebouw te gaan. Naast die 80% toneel doen we ook nog 5 à 6 cabaretiers per jaar die hier dan vijf of soms wel tien keer staan; meteen een lange serie. Types als Ruth Jacott of Tineke Schouten komen soms ook. Dan zie je echt een publiek komen dat het aanbod ook zou kunnen zien in Zoetermeer, Voorburg of Rijswijk. Of in het nieuwe Luxor Theater in Rotterdam. Maar die vinden het dan toch heel leuk om hier te komen. Andersom hebben we ook aanbod dat alleen hier staat. De Zondag in Den Haag van Paul van Vliet is echt ontwikkeld in samenwerking en in samenspraak met artiest, stad en Huis. Je merkt dat die combinatie maakt dat heel veel mensen ook van buiten Den Haag komen. Het is een beetje een diffuse functie die we vervullen, maar als je ons gaat vergelijken met die andere drie steden dan is dat heel belangrijk om mee te nemen. Mede omdat we daarmee heel gericht maar ook beperkend zijn in de doelgroep die we bereiken.

Valt er vanwege de bezuinigingen van het Rijk en de gemeente een gat in de programmering?

Nee, er valt nog geen gat in dat type aanbod. Toneel heeft eigenlijk het minste last van een bezoekersterugloop in het afgelopen jaar. Dat is het trouwste publiek en ook het publiek dat het meeste te besteden heeft. Je ziet vooral de mensen die naar amusement gaan dit minder vaak of niet meer doen. De musicalkant heeft daar last van. Dat zullen Utrecht, Rotterdam en Amsterdam ook niet hebben. Van die vier hebben wij de minste subsidie, dat is interessant om te weten. Volgens mij is Rotterdam de enige op dit moment die nog niet geprivatiseerd is. Van de vier zijn wij als eerste geprivatiseerd en hebben wij de kleinste subsidieondersteuning. Dat is ook wel lastig vind ik om ons te vergelijken met de andere drie. Terwijl de stad natuurlijk, mede ook omdat ze zoveel meer functies heeft dan bijvoorbeeld Utrecht, het niet allemaal bijeen bundelt. Maar tot nu hebben we gelukkig weinig last gehad van de subsidiebezuinigingen. Waar Amsterdam nu één miljoen moet inleveren houden ze nog steeds ruim veel meer over dan wij. Het is een heel ander Huis natuurlijk, ze hebben een grote zaal erbij. Dat moeten ze allemaal onder hun eigen paraplu beheren. Utrecht is helemaal absurd toebedeeld. Dat vind ik echt. Ik gun het ze zeer, maar het is niet vergelijkbaar. Dat maakt het ingewikkeld; we hebben echt een kleiner programmeringbudget. We hebben op dit moment een eigen inkomstennorm van 47% waarmee het laven is. Gelukkig zijn we tot nu toe ontzettend ontzien in de bezuinigingen; dat is heel fijn. Daarmee denk ik ook dat de gemeente bevestigt dat het een belangrijk instituut is en dat we het goed doen. We hadden een extra aanvraag ingediend om de internationale programmering uit te breiden. Dat is niet toegekend. Wat ik daar ingewikkeld aan vind is dat de stad natuurlijk wel heel erg voorstaat op een sterke internationale community. Veel expats wonen hier; heel veel bedrijven die hier gevestigd zijn hebben een

internationale tak. Ik vind eigenlijk dat de stad boter bij de vis had moeten doen door te zeggen: dat laten we ook aan de culturele kant zien. Maar dat doen ze dus niet. Dat vind ik spijtig, zeker omdat die internationale kant bij ons erg ingewikkeld is. Toneel leent zich nu niet echt voor een internationaal publiek. Je moet het dan boventitelen of je moet internationaal aanbod naar Nederland halen. De keuze die we daarom nu gemaakt hebben is dat we niet het aantal Grote Zaal producties op internationaal niveau kunnen uitbreiden, maar dat we wel de kleine zaal - de Paradijszaal bovenin de nok van het gebouw – veel internationaler programmeren. Daar hebben we nu een soort van ritme in dat we één week per maand internationaal aanbod laten zien in deze zaal. Dat is goedkoper en kleiner maar net zo gewild. Dat hebben we nu een kwartaal gedaan en daar halen we een hoge zaalbezetting uit. Dat doen we in samenwerking met een stichting hier in Den Haag. Zo groeien we er een beetje doorheen.

Hoe wordt deze schouwburg ingezet als ontmoetingsruimte? Kunt u enkele voorbeelden noemen?

Een voorbeeld hiervan is het Koninklijk Schouwburg Genootschap, dat al sinds 2004 aan ons Huis verbonden is. In dat jaar bestonden we 200 jaar en hebben we echt een heel groot gala gerealiseerd voor een heel grote groep multinationals. Daaruit is sinds 2006 het Genootschap ontstaan. Het is een soort *Business Circle*, zou je heel lelijk kunnen zeggen, van bedrijven die ons financieel ondersteunen. Daarmee financieren we de programmering. Zij worden weer aangevuld door mensen uit de maatschappelijke en politieke gelederen in Den Haag. Het is een combinatie van bedrijfsleven, overheid, lokaal en nationaal. Dat is hier natuurlijk makkelijk en om de hoek, maar ook kunstenaars, opiniemakers en journalisten behoren tot dit Genootschap.

Verder moeten we spelen met het gebouw; wat heeft dit gebouw? En wat is dat dan? De kracht van het gebouw zit hem echt in een combinatie van de geschiedenis. De geschiedenis die het met zich meetroont. Dit huis bestaat volgend jaar 210 jaar en ik weet zeker dat het er over 210 jaar nog staat en bestaat. Het zal ons allemaal overleven. Dat maakt het ook allemaal heel relatief wat we hier doen. Je bent maar een soort van voorbijganger. Het maakt ook dat je gewoon niet voorbij kunt aan die wetenschap; aan die historie. Hoe we het ook uitbreiden, het moet een combinatie zijn van topkwaliteit, professionaliteit in zijn organisatie maar ook in het artistiek-inhoudelijke wat we laten zien. Daarnaast moet het ook een bepaalde klasse uitstralen, of feest, of bijzonder. Dit past allemaal heel mooi in de trend van publiek dat anno nu graag echt iets – ook al klinkt het woord zo akelig - bijzonders willen beleven. Je wilt unieke evenementen meemaken en het gevoel hebben: ik heb maar een eenmalige kans en ik ben er bij. Er zijn hier al veel ingrediënten aanwezig om dat gevoel op te roepen en te verkrijgen. Als we terugkijken naar de plek waar ik hiervoor zat, dan is het daar veel lastiger om je te onderscheiden. Dan ben je veel meer één van de tachtig theaters waar er zoveel

van zijn. Misschien iets minder stoelen, of meer stoelen; in het geval van het Munttheater zat het boven een winkelcentrum. Wat helemaal ongunstig is. Dat is hier allemaal niet aan de hand. We zoeken naar een vorm die én recht doet aan het Huis, maar ook recht doet aan deze stad. Het pand zelf is ooit gekocht door de burgerij. De toenmalige prins en prinsessen hebben het verkocht aan een groep welgestelde inwoners van Den Haag en die hebben het vervolgens laten meefinancieren door Koning Willem I, daarna Koning Willem II en Koning Willem III verkocht het aan de gemeente. Willem II werd eigenaar van het pand en Willem III heeft het verkocht aan de stad Den Haag. Maar ooit is het, net als het concertgebouw, door particulieren in leven gehouden. Het is ook dankzij die particulieren dat het gebouw een theater is geworden, want dat was in eerste instantie niet de bedoeling. In plaats daarvan moest het een woonpaleis worden. Men wilde hier wonen, tot hier was het gebouwd. Als je hier rechtdoor kijkt, zie je eerst het Ministerie van Financiën en daarachter het Malieveld. Tot aan het Malieveld had dit paleis moeten doorlopen. Vanaf hier waren allemaal plannen bedacht voor paardenstallen en, tuinen. Maar zover zijn ze niet gekomen. Dit pand is hier neergezet nadat hier heel veel grote herenhuizen zijn afgebroken eind 18^{de} eeuw. Begin 19^{de} eeuw is er als het ware een theaterzaal ingeschoven dat in eerste instantie is onderhouden door een aantal rijke burgers. Daarna door de koning. Dat heeft ook de naam Koninklijke Schouwburg opgeleverd. Maar het heet ook in de volksmond de Koninklijke Schouwburg omdat het al die jaren, en omdat het in zo'n paleis zit, eigendom is geweest van de eerste vorsten die we hadden. Pas in de jaren '80, toen Beatrix koningin was, kwam men erachter dat we helemaal nooit een predicaat hadden gekregen. Dat heeft zij toen verleend. Zij was daar wel heel netjes en compleet in. Zij heeft toen het administratieve element afgehandeld.

Heeft deze voorgeschiedenis invloed op het imago van deze schouwburg? Is het bijvoorbeeld een belemmerende factor als het gaat om het initiëren van een ontmoetingsplek?

Nou, niet helemaal. Dit is en blijft toch een gemeentelijk eigendom. Boven onze lijst staat net als in Amsterdam SPOH, in ons geval dan. Het is echt eigendom van het bestuur en van de bevolking van de stad. Meteen toen het gebouw is aangekocht door de gemeente is er in de Grote Zaal tegenover de Koninklijke Loge een Burgemeesters Loge geplaatst. Die zie je ook nog gewoon fysiek, die is nog aanwezig. Het klopt wel, dit gebouw heeft een historie van vooral deftige mensen die naar de Franse Opera gingen. Dat werd hier namelijk heel veel geprogrammeerd in de 18^{de} eeuw. Maar uiteindelijk, ja, is het van iedereen. Maar je zou het ook kunnen omdraaien. Wanneer kun je nou als gewone burger in een Koninklijke omgeving naar bijvoorbeeld het theater gaan? Nou, dat kan hier! En het is ook nog gewoon betaalbaar; het goedkoopste kaartje is €5,25. Op zich hoeft het daaraan dus niet te liggen. Maar er zit natuurlijk wel een extra element in. Je kunt dat heel erg nadelig en zwaar voelen

maar je kunt er ook mee spelen. Je kunt juist bedenken: je kunt inderdaad Tineke Schouten in de Koninklijke Schouwburg zien. Hoe leuk is dat?!

Is er onderzoek gedaan naar de hoeveelheid bezoekers die er jaarlijks bij u binnenkomen?

Ja, we hebben het afgelopen jaar uit mijn hoofd 12% meer gehaald dan in 2011. 88.000 duizend hadden we er in 2012. Het streven was 90.000. Maar dat heeft er ook mee te maken dat we ook meer voorstellingen hadden bedacht, dus dat fluctueert altijd een beetje. We hadden afgelopen jaar iets minder voorstellingen. Het Nationale Toneel realiseert 1/3 van het toneelaanbod bij ons. Als zij minder vaak komen dan hebben wij hier ook minder mensen in Huis. We willen graag groeien naar de 90.000 om door te stoten naar weer over de 100.000 heen. Tot nu toe groeit het goed en dat is erg fijn. Het bijzondere vind ik ook in deze periode dat dat lukt, omdat we natuurlijk overal in het land een daling zien. We gaan dus wel omhoog, maar dat gaat niet vanzelf. De ingrepen in de organisatie zijn best groot. We bedrijven nu een andere vorm van marketing; een andere aanpak en benadering van doelgroep. Ook hebben we er op ingezet om met minder voorstellingen een veel optimaler bereik te hebben; dat is iets wat we graag willen. Waar we in het verleden een zaalbezetting van 54% hadden, willen we dat nu gewoon niet meer. We zitten scherper op de programmering; we gaan bijvoorbeeld pas voorstellingen doorverkopen als de eerste serie vol zit. Ook gaan we veel meer in succesopties werken en annuleren we voorstellingen als ze slecht bezet zijn. Niet alleen omdat we dan denken, god we besparen daar geld uit, want dat is vaak ook niet zo. We doen het vooral omdat we merken dat de bezoeker beneden een bepaald aantal mensen in de zaal het gevoel heeft van: hé, ik heb een verkeerde keuze gemaakt. We hebben een ontzettende investering gedaan in ons CRM systeem om mensen te kunnen volgen. Daarnaast komt er dit najaar een publieksonderzoek om echt beter te weten waar men vandaan komt, waarom men gekozen heeft voor ons aanbod of voor dit Huis. Dus ja, wij stijgen waar anderen dalen. En ik denk dat we daarin ook voordeel hebben van het zo gespecialiseerd zijn en zo bijzonder zijn in het gebouw; maar het gaat niet vanzelf. We moeten wel echt andere slagen maken dan de afgelopen jaren hebben gedaan. Maar dat zal bij mijn collega's van de andere schouwburgen niet anders zijn.

Heeft Den Haag als stad invloed op uw bezoekersprofiel? Waarin verschilt deze met de andere drie grote steden?

Ik heb in alle vier de steden mogen wonen en hoe klein Nederland ook is, alle vier de steden zijn ontzettend verschillend. Ik vind ook echt als privépersoon Den Haag weer heel anders dan Rotterdam, Amsterdam of Utrecht. Die op hun beurt ook vrij onvergelijkbaar zijn. Je hebt gewoon te maken met een ander soort stedelijke cultuur. Er wonen hier, je kunt je het voorstellen met al die

ministeries, hele andere mensen dan in Amsterdam. De wijken zijn ontzettend gesegregeerd. Je loopt hier op tien meter afstand in een totaal andere wereld; omdat dan de Schilderswijk begint, of Transvaalkwartier start, of Escamp begint. In Den Haag bestaat een natuurlijke scheidslijn van zand en veen. Waar je in veel steden de spoorlijn als grens hebt tussen goed en fout, rijk en arm of dom en slim, is dat hier het zand en het veen. De mensen op het zand zijn de deftige Hagenaars en de mensen van het veen zijn de Hagenezen. Zet de schouwburg daar maar tegen af. Met beiden hebben we te maken. Voor beiden zijn we er; zouden we er moeten zijn. Dan is het aan het individu om te hier te komen, of te denken: ik ga liever naar het Plein toe of naar Scheveningen. Dat kan ook. Maar het is een bijzondere stad. Maar er zit wel een element in, dat heeft Amsterdam natuurlijk ook een beetje. Daar heb je het oude havendeel. Dat speelt heel erg mee in de stadscultuur. Den Haag is ook een hele literaire stad; voor veel mensen gaat heel erg over debatteren en over het internationaal gerechtshof. De Vrede aspecten daarvan, ambtenarij, veel denkende mensen. Hoogopgeleid. Versus zo'n enorme grote groep van mensen met een andere etnische achtergrond en mensen die naar de Randstad zijn vertrokken om hier hun geluk te vinden.

Welke inspanningen worden geleverd om toch verschillende doelgroepen binnen te krijgen? Denkt u dat de profilering van uw schouwburg als ontmoetingsruimte kan bijdragen aan de verandering en/of uitbreiding van dit bezoekersprofiel?

De echte Hagenezen komen hier niet veel binnen, maar ze komen wel. Je zou heel zwart/wit kunnen zeggen: de gemiddelde Hagenees is slecht combineerbaar met het kwalitatief hoge toneelaanbod. Maar er zijn wel andere momenten dat ze binnenkomen. En daarbij, de echte Hagenees, dat is er natuurlijk ook niet één. We hadden afgelopen maandagavond een voorstelling waarin Wieteke van Dort haar 50 jarige bestaan in het theaterland vierde en dan zit de hele zaal vol met een hele sterke Indische gemeenschap. Die zijn helemaal met haar vergroeid. Dat is ook Den Haag. We worden vaak ook benut voor feesten en partijen, recepties, ontvangsten, vergaderingen en congressen. Als wij hier afscheid nemen van een minister of van een oud-directeur van een museum - dat gebeurt hier ook heel vaak - dan zie je ook heel veel mensen uit Den Haag waarvan je denkt: geestig, dat dat hier speelt. Benefietvoorstellingen doen we hier waarbij hele andere hoeken van de stad binnenkomen. De opening van de Museumnacht heeft een heel sterk verbindend karakter, die avond vindt hier plaats. Vorig jaar gebeurde dit met een groot concert van Di-rect. Crossing Border Festival, waarin de Koninklijke Schouwburg een grote rol speelt, is zo'n festival waarbij poëzie en literatuur worden verbonden met popmuziek. Dan is dit hele pand, alle foyers en publieksruimtes, bezet en ook dan komt er weer een heel ander Den Haag binnen dan dat je ziet bij premières van het Nationale Toneel. Soms zijn dat net zulke verschillende voorstellingsavonden als dat je de wijken hier inloopt.

Welke strategieën zet de afdeling marketing & communicatie in om de schouwburg als ontmoetingsruimte te positioneren?

We zetten hele campagnes op die juist heel erg het aanbod laten zien buiten die 80% toneel. Ook hebben we campagnes die juist heel sterk dat toneelprofiel promoten. We hebben campagnes die heel sterk gaan over dat Haagse element in onze stad. Als je nu aan komt lopen zie je Paul van Vliet heel groot hangen; hij heeft hier afgelopen jaar 10.000 bezoekers getrokken en zal komend seizoen weer komen. Bijna iedere zondagmiddag heeft hij hier gestaan, in totaal zo'n 23 voorstellingen. Dat is een voorstelling waarvan ik zei dat die drie elementen het heel succesvol maken. Paul van Vliet is een artiest waarvan je zou zeggen dat het totaal niet aan het toneelprofiel zou beantwoorden. Maar als we aan de marketingkant kijken naar de NAW's dan zien we een hele sterke overlap van mensen die naar hem gaan als ook naar Toneelgroep Amsterdam. Of naar het Nationale Toneel, NTGent of Toneelgroep Maastricht. Het rare is dat we soms te vaak vanuit dit vak denken dat al die groepen mensen zo verschillend zijn. Alsof ze niet alles etend zijn; omnivoren. Maar dat zijn ze juist wel, dat zijn we zelf ook. Ik kijk ook naar SBS6 terwijl ik de volgende dag in een opera zit. En dan doe je boodschappen bij de Aldi en de dag erna ga je heel sjiek eten. Het is niet één smaak of één soort. Op die manier krijg je daarom ook wel verschillende mensen binnen. Het mag van mij wel jonger. We hebben heel veel nieuwkomers, ieder jaar opnieuw. En ook heel veel mensen die één keer zijn geweest en dan niet terugkomen. Of misschien naar andere theaters gaan. Ook expats zouden een groter aandeel mogen hebben in ons bezoek, dat moeten we gaan meten. Er is nog heel veel werk te doen. We hebben er al heel veel onderzoek naar gedaan. We hebben de databestanden, we weten al precies wie waar heen gaat, hoe vaak ze terugkomen en hoe lang de relatie al duurt. We hebben een vriendenvereniging en we hebben allerlei kringen waar mensen particulier donaties kunnen doen. Die verbinding wordt wel steeds sterker.

Heeft de schouwburg op dit moment nieuwe plannen om het theater als ontmoetingsruimte in te zetten?

Ik zou me met de Koninklijke Schouwburg sterker willen verhouden tot de Haagse samenleving. Ik vind wat Amsterdam gerealiseerd heeft met het Expanding Theatre echt ontzettend goed en knap. Er zit ook een commerciële opdracht achter, ze doen het natuurlijk niet allemaal zelf. Zeker als je het boekje ook leest van Melle Daamen, zie je dat veel edities totaal niet zo werkten. Maar alleen al het feit dat iedereen onder aan de streep er heel positief over is, dat vind ik een enorme winst en heel knap.

Ook is het echt gelukt om dat gebouw te openen. Dat willen we hier ook gaan doen. Dat is nu niet hier het geval. We hebben wel sinds vorig jaar september ons restaurant, Theater Brasserie Wasserman, weer geopend. Dat was voorheen gesloten om allerlei redenen. Het restaurant is geopend rondom voorstellingen waarvan wij denken dat het aan de behoefte voldoet. Dat er publiek komt dat ook echt even van te voren hier wil eten. Daarnaast merken we dat de rondleidingen in het gebouw die we op aanvraag geven erg populair zijn. Heel veel mensen willen weten wat voor een gebouw dit is. Hier in Den Haag hebben we zo'n route langs allerlei Koninklijke plekken; plekken waar de familie of gerelateerde mensen hebben gewoond. Omdat dit ooit een paleis is, past het heel goed in dat rijtje. Daarin merken we dat bijvoorbeeld onze rol in de Museumnacht van Den Haag, dan geven we die rondleiding gewoon op inschrijving, erg belangrijk. Die rondleidingen gaan de hele nacht gewoon door en zitten helemaal vol; dat zijn zes groepen van 40 man die er doorheen willen. Dan merk je dat mensen ook achter de schermen willen kijken of dat ze een keer op het toneel willen staan. Dat gaan we daarom wel steeds meer doen. Maar het gebouw zo openen zoals Rotterdam en Amsterdam hebben gedaan, dat vraagt ook om een verbouwing. Dan moet je het trappenhuis afsluiten, zij hebben dat met glaswanden gedaan. Zoiets zou bij ons ook moeten, omdat je anders het overzicht verliest. Het pand is in de jaren negentig zo gerenoveerd dat het eigenlijk weer flink gerenoveerd zou moeten worden om die functie open te breken. De kassa is hier een glazen zijkant die totaal afgesloten is van de rest van het pand. De receptie en kassa zijn gescheiden bij ons, dat zou weer bij elkaar moeten. Zo zoeken we wel naar hoe we het meer kunnen opengooien. De nieuwe renovatieplannen met betrekking tot de publieksruimtes zullen waarschijnlijk zo rond 2015/2016 gerealiseerd gaan worden. De ideeën zijn er natuurlijk al veel langer, maar er gaat toch altijd wat tijd overheen. Zeker omdat dit een monumentaal pand is. Op dit moment is de terrasvergunning al uitgebreid, daarom zitten we nu veel meer aan de voorkant als het restaurant open is.

Verhuringen van de foyers en dergelijke gebeurt hier ook. Maar het is nog niet zo dat je op een dag zomaar kunt binnenlopen. Dat zouden we wel meer willen. En dan zou ik - dat leer ik ook van mijn collega's - er een minder sterke alleen maar horecafunctie van de begane grond willen maken dan dat Amsterdam heeft, en ik zou er ook een minder sterke alleen maar theaterfunctie maken zoals Rotterdam lijkt te gaan krijgen. Het moet een mix zijn tussen mensen die het gewoon een prettige plek vinden om te vertoeven, maar tegelijkertijd toch heel erg snel op het idee komen: als ik er nu toch ben, is het toch wel leuk om ook nog naar het theater te gaan. In Amsterdam vind ik dat minder gelukt. Ik vind dat je wel heel ver moet lopen voordat je in het theatergedeelte belandt, je bent beneden eigenlijk niet meer in een theater. Dat is meer een caféachtig gebeuren. Dat zal, neem ik aan, door de jaren heen nog wel aangepast worden. Bij ons is de horeca echt nog volgend op het

theateraanbod. Ik hoop heel erg dat zo te behouden, omdat we dat in eerste instantie ook zijn. Onze ruimte, onze vierkante meters zijn te klein om het om te gooien voor die echte horeca. Dat is in Amsterdam natuurlijk veel groter. Hier moet het echt een combinatie worden. Ook zitten we te dicht hier bij het plein dat een groot horeca-aanbod heeft. Ook is dit stukje nu niet echt een ruimte waar heel veel mensen langs lopen. Mensen hebben de neiging om langs de andere kant binnen te wandelen. Het is nu echt een voorstellinggerelateerd aanbod. We zouden meer willen doen rondom de voorstellingen heen. Daarnaast niet alleen maar voorstelling gerelateerde inleidingen en nagesprekken, maar ook een ander type programmering. Daar kijk ik wel met belangstelling naar het Expanding Theatre gedeelte van Amsterdam. We zijn in samenwerking met het Nationaal Toneel bezig om een soort programma te ontwikkelen. Dat gaat ook over debat en over themagerelateerde verbindingen met de stad. De stad van Recht en Vrede, het politieke aspect. Het is in wording. Wat betreft werkplekken, of gratis Wi-Fi in de foyers of restaurant, dat hebben we op dit moment nog niet. De artiesten kunnen dat wel in de artiestenfoyer; in het publieksgedeelte kan dat nog niet, dat is wel iets waar we over aan het nadenken zijn.

Maar echte de *creatieve klasse* binnenhalen, dat lukt ons denk ik beter met onze eigen programmering dan dat we heel veel werkruimte kunnen geven. Binnen het eigen segment van de podiumkunsten doen we dat al jaren. In onze toneelalliantie verbreden we ook die plek. Ik geloof er niet in dat mensen maar één smaak hebben, of zich maar aan één Huis willen verbinden. Dat doe ik zelf ook niet. We hebben elkaar daar ook in nodig. Als je echt de verantwoordelijkheid neemt, dan wil je gewoon dat het mooiste aanbod voor de hele stad te zien is. En of dat nou echt in jouw Huis gebeurt of bij een collega, dat maakt eigenlijk niet uit. En als je niet integraal, denk ik, je opdracht op die manier voor de stad vervult, dan moet je nog wat slagen maken. We hebben bijvoorbeeld ook met Diligentia en Pepijn overleg. Als hier een cabaretier belt en zegt dat hij bij ons wilt staan, vragen we altijd eerst of Diligentia akkoord is. En als ze ja zeggen, dan checken we het natuurlijk alsnog. Als het dan niet zo blijkt te zijn, dan doen we het niet. We willen echt dat die collega overeind blijft, omdat we willen dat die collega zijn profiel kan laden, maar ook omdat we weten dat als je daar als cabaretier staat het publiek je veel gemakkelijker kan vinden dan hier. Plien en Bianca is daar bijvoorbeeld zeven keer uitverkocht. Voor hetzelfde aantal bezoekers moeten ze vier of vijf keer hier staan, maar het is moeilijk. Mensen rijmen dat slecht met dit gebouw. Dan kun je wel zeggen, we doen het toch, maar dat is natuurlijk ontzettende onzin. Je kunt beter dat stimuleren, je kunt beter tegen je achterban hier zeggen: ga deze week naar de Diligentia, want er komt een heel bijzonder programma. Met het Nationale Toneel hebben we de educatie opgezet hier in Den Haag; samen met theater aan het Spui en met het Nationale Toneel vormen we een toneelalliantie nu. Waarbij we echt kijken of we een keten kunnen vormen van mensen die vanuit het vlakkevloeraanbod naar de

lijst groeien of andersom. We zijn heel erg bezig met samenwerken en elkaars programmering ondersteunen, met als grote doel dat je een optimaal aanbod voor Den Haag realiseert. Ik geloof er écht in dat je op die manier ook de functieverdeling heel sterk moet houden, om op die manier optimaal bezoekers te kunnen trekken.

Denkt u dat door de functie van ontmoetingsplek te benadrukken binnen uw schouwburg er meer inkomsten kunnen worden gegenereerd?

Ik heb geen illusie dat dat enorme bakken met geld oplevert. Het gaat bij ons echt vanuit de visiekant, de artistiek-inhoudelijke kant. Daarnaast vind ik dat we het verplicht zijn aan de rol die we vervullen. Maar het is natuurlijk wel verraderlijk; als ik meer geld zou hebben zou ik nog mooiere programmering initiëren. Het is natuurlijk ook het akelige dat als je goed presteert op die eigen inkomstennorm, dat je meteen te horen krijgt: nou, dan heb je het niet meer nodig. We willen natuurlijk wel subsidieonafhankelijker worden, maar dat betekent niet dat ik niet méér publieksinkomsten zou willen. De mooiste inkomsten zijn dat, vind ik toch. Dat een sponsor je ondersteunt of dat fondsen je helpen om je droom te realiseren dat is ook heel fijn, maar het allerfijnste is de bezoeker die een kaartje koopt. Daar organiseer je het voor, want als die niet komt dan heeft het geen zin wat je doet.

Denkt u dat het mogelijk is om een Creative Community te ontwikkelen binnen uw schouwburg?

Wel voor een deel. Het lastige van zo'n gebouw als dit is dat het wel heel erg snel theater- en podiumkunsten gerelateerd is. Als je het hebt over de creatieve industrie, die gaat natuurlijk ook over *gaming*, design of meer over de beeldende kunstachtige kant, die ruimte hebben we hier niet. We hebben geen atelierruimte, we hebben geen werkruimte, we hebben geen studio's waar je kunt repeteren of waar je kunt werken. Wel wordt een heel groot deel van ons pand gehuurd door de kostuumafdeling van het Nationale Toneel. Dat is een hele mooie afdeling met een hele prettige sfeer altijd. Wij zijn tevens verbonden met het Nationale Toneel met een glazen brug; het zijn echt onze burens hier in de Schouwburgstraat. In zoverre bieden we dus wel die plek aan de creatieve industrie. Daarnaast bieden we ondersteuning in de BackOffice kant aan andere organisaties. Ook bieden we ruimte aan directie-overleggen van podia; hier wordt veel vergaderd door andere partijen die dat willen. Ik zelf, maar ook mijn collega Oscar Wibaut, hebben nevenfuncties. In zoverre zijn we wel verbonden, maar dat het hier nou een duiventil van in en uit rennende creatieve mensen... dat niet. Dan denk ik dat je veel eerder naar Spaces moet; daar zitten allemaal ZZP-ers te werken. Dat bedrijf zit ook in Amsterdam; het is gewoon een commercieel bedrijf dat kantoorruimte verhuurd aan ZZP-ers. In Utrecht zit er ook zoiets met dezelfde functie in Hoog Catharijne. Op de Zuidas in

Amsterdam heb je dat ook. Dat is hier niet. Het heeft er ook mee te maken dat, hoe groot dit Huis ook is, niet iedereen kan er zomaar doorheen waggelen. Er hangt beeldende kunst en we hebben een hele grote kunstcollectie in de publieksruimtes. Het is een monument, dus je kunt ook niet zomaar van alles verbouwen. De ruimte die we hebben, het Paradijs boven de kleine zaal, die geven we heel vaak weg aan theatermakers om daar een voorstelling te repeteren. Of om daar gewoon te brainstormen waar het heen moet. Een voorstelling die in première gaat lenen we dan het theater, op dit moment is dat bijvoorbeeld aan Eric en Beau Schneider; hun voorstelling wordt hier helemaal gemaakt en gemonteerd. Het Nationale Toneel maakt vaak gebruik van onze grote zaal om te monteren. Dat geeft reuring achter de schermen, maar voor het publiek is dat soms ook wel raar. Dan zijn we namelijk dicht; dan kun je er niet in. Het lijkt dan alsof we niet werken. Deze zomer bijvoorbeeld hebben we geen programmering omdat we zes weken van 's ochtends zeven uur tot 's avonds laat aan het renoveren zijn. Dat moeten we dan wel communiceren naar het publiek toe. We hebben een 24uurs camera lopen om te laten zien wat er dan allemaal gebeurt in het gebouw. Dat proces vertonen we op onze website; met een time labs kun je dan zien hoe die verbouwing verloopt. Omdat de agenda tijdens het seizoen zo is vol gezet, dat we al het onderhoud aan het pand bijna altijd in de zomer moet.