

Co-creatie door

explicatie

in de Lage Landen



Co-creatie door explicatie in de Lage Landen:

*over de vergroting van publieksbelangstelling voor
Vlaams postdramatisch toneel in Nederland*

Sandrijn Mijjer

Studentnummer: 3819981

Masterthesis Kunstbeleid en -management

Begeleiding: Dr. P. Lelieveldt

Tweede Lezer: Dr. K.S. Joostens

Universiteit Utrecht, 1 juli 2014

Inhoudsopgave

Inleiding	p. 3
1. Postdramatisch theater	p. 10
1.1 Kenmerken van postdramatisch theater	p. 10
1.2 De postdramatische kenmerken bij tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé	p. 15
1.1.1. Toneelspelersgezelschap STAN	p. 15
1.1.2 SKaGeN	p. 16
1.1.3 Abattoir Fermé	p. 17
2. De theatrale ervaring en motieven van het theaterpubliek.	p. 20
2.1 De theatrale gebeurtenis	p. 20
2.1.1 De dramatische constructie en de spelhandeling	p. 21
2.2 De beleving van de theatrale gebeurtenis	p. 24
2.3 De beleving van postdramatisch theater	p. 29
2.4 De motieven van het theaterpubliek	p. 30
3. De staat van toneel in Nederland: theaterbestel en toneelbezoek	p. 36
3.1 Schets van het Nederlandse theaterbestel	p. 36
3.2 Publieke belangstelling voor toneel in Nederland (cijfers van de VSCD)	p. 39
3.3 Analyse	p. 40
4. Vlaams toneel in Nederland	p. 43
4.1 Bezoekersaantallen Brakke Grond	p. 43
4.2 Bezoekersaantallen Toneelschuur	p. 44
4.3 Bezoekersaantallen Verkadefabriek	p. 46
4.4 Bezoekersaantallen Grand Theatre	p. 47
4.5 Bezoekersaantallen Plaza Futura	p. 48
4.6 Analyse	p. 49
5. Vlaams toneel en het Nederlandse theaterpubliek	p. 53
5.1 Visie van Kathleen Treier van tg STAN en Nick Kaldunski van Abattoir Fermé	p. 53
5.1.1 Visie Saskia Liénard van SKaGeN	p. 55
5.2 De visie van drie Nederlandse theaterprogrammeurs en twee directeuren	p. 56
5.2.1 Piet Menu, directeur van het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond	p. 56
5.2.2 Frans Lommerse, directeur en programmeur van de Toneelschuur	p. 61
5.2.3 Lieke Jordens, programmeur van de Verkadefabriek	p. 63
5.2.4 Rudi Kamminga, programmeur van het Grand Theatre	p. 64
5.2.5 Gieske Bienert, programmeur van Plaza Futura	p. 65
5.3 Conclusie	p. 66
6. Kunstmarketing en postdramatisch theater	p. 69
6.1 Kunstmarketing en het oriëntatiedilemma	p. 69
6.2 Kunstmarketing en (postdramatisch) theater	p. 72
6.3 De actieve (kunst)consument: een analyse	p. 79
7. Conclusie en beschouwing	p. 83
7.1 Reflectie en mogelijk vervolgonderzoek	p. 90
Bronnen	p. 92
Lijst van bijlagen	p. 98

Inleiding

Als onderdeel van mijn onderzoeksstage bij het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond (de Brakke Grond) heb ik van februari tot juni 2013 de publieksbelangstelling voor Vlaams toneel in Nederland in de periode van 2002 tot en met 2012 onderzocht.¹ Aanleiding hiervoor was de indruk die de Brakke Grond had dat Vlaams toneel in Nederland in de afgelopen jaren steeds minder goed werd bezocht. Samen met de Brakke Grond heb ik zodoende besloten om de bezoekersaantallen van een aantal Vlaamse toneelgezelschappen bij enkele theaters in Nederland te bestuderen. Om het onderzoek af te bakenen werd er besloten drie Vlaamse toneelgezelschappen, namelijk Toneelspelersgezelschap (tg) STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé, te betrekken in dit onderzoek. In een gesprek met Piet Menu (directeur van de Brakke Grond) viel de keuze op deze drie toneelgezelschappen, omdat zij in de periode 2002 tot en met 2012 regelmatig te zien waren in de Brakke Grond en ook enkele andere theaters in Nederland. Op basis van dit onderzoek kon worden geconcludeerd dat de belangstelling voor Vlaams toneel in de periode 2002 tot en met 2012 niet per se was verminderd, maar wel dat de bezoekersaantallen in deze periode aan de lage kant en niet stabiel waren. Op grond van dit onderzoek kon worden geconcludeerd dat Vlaams toneel in Nederland geen publiekstrekker is.

Deze conclusie gaf aanleiding om het onderzoek uit te breiden naar een scriptie, zodat zou kunnen worden onderzocht of met toepassing van wetenschappelijke theorieën een geschikte kunstmarketingbenadering zou kunnen worden gevonden om de publieke belangstelling voor het Vlaams postdramatische toneelaanbod in Nederland te vergroten. Dit is belangrijk, aangezien in een tijd van culturele bezuinigingen juist de minder populaire kunstuitingen onder vuur zullen komen te liggen. Wanneer het Vlaamse toneelaanbod naar de achtergrond zal verdwijnen leidt dat mijns inziens tot een verschraving van het breed geschakeerde Nederlandstalige toneelaanbod. Derhalve is het relevant om te onderzoeken welke kunstmarketingtheorieën de publieksbelangstelling voor het Vlaamse toneelaanbod mogelijk zouden kunnen vergroten.

Uitgaande van de hypothese dat dit eerder genoemde Vlaamse toneelaanbod² postdramatisch van aard is, ben ik tot de volgende hoofdvraag gekomen:

Welke kunstmarketingbenadering is geschikt om de publieksbelangstelling voor het Vlaams postdramatische toneelaanbod in Nederland te vergroten?

¹ In dezelfde periode heb ik tevens als onderzoeksstage een publieksonderzoek voor het theatergezelschap Nachtgasten uitgevoerd.

² Tevens moet in acht worden genomen dat de term *toneel* in deze scriptie wordt gehanteerd als een subgenre van theater. De voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé vallen onder het subgenre toneel en daarom worden deze gezelschappen als toneelgezelschappen aangeduid. De term *theater* wordt in deze scriptie als algemene term gehanteerd.

In deze scriptie staan dezelfde drie Vlaamse toneelgezelschappen, tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé centraal, zoals die ook centraal stonden in het onderzoek dat ik heb verricht voor de Brakke Grond. De scriptie kent een theoretisch en een empirisch gedeelte. Drie hoofdstukken bieden het theoretisch kader en drie hoofdstukken zijn voornamelijk empirisch van aard. Op grond van wetenschappelijke inzichten is bezien of er wetenschappelijk onderbouwde conclusies getrokken kunnen worden over de matige bezoekersaantallen voor Vlaams toneel in Nederland en welke kunstmarketingtheorieën gebruikt zouden kunnen worden om deze bezoekersaantallen te vermeerderen. Aan de hand van de te definiëren kenmerken van postdramatisch theater zijn de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé geanalyseerd, waarbij is getoetst of er sprake was van postdramatisch theater bij dit specifieke Vlaamse toneelaanbod.

Om de vraag te kunnen beantwoorden waar het bij de theatrale ervaring³ om gaat en wat de verwachtingen en motieven van het theaterpubliek kunnen zijn, is in hoofdstuk twee ingegaan op het begrip de theatrale gebeurtenis, de beleving van de theatrale gebeurtenis (theatrale ervaring) en de postdramatische theatrale ervaring bij het theaterpubliek. Tevens is in dit hoofdstuk aandacht besteed aan enkele motieven die het theaterpubliek kan hebben om een bezoek te brengen aan (postdramatisch) theater.

In het zesde hoofdstuk worden verschillende marketingtheorieën bestudeerd om te zien welke theorieën zouden kunnen bijdragen aan een manier om het Vlaamse postdramatische toneelaanbod dichter bij de wensen van het Nederlandse theaterpubliek te brengen. Het empirische gedeelte beslaat de hoofdstukken drie, vier en vijf. Met deze hoofdstukken wordt de matige publieksbelangstelling voor Vlaams postdramatisch toneel in beeld gebracht. Deze hoofdstukken bestaan uit cijfers uit de periode 2002 tot en met 2012 afkomstig uit de rapporten van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD), bezoekersaantallen van de drie eerder genoemde Vlaamse toneelgezelschappen bij de Brakke Grond, de Toneelschuur (Haarlem), het Grand Theatre (Groningen), Plaza Futura (Eindhoven) en de Verkadefabriek ('s Hertogenbosch). Naast dit cijfermatige gedeelte zijn interviews afgenomen met de directeuren van de Brakke Grond en de Toneelschuur en met de theaterprogrammeurs van de Verkadefabriek, Plaza Futura en het Grand Theatre. Deze interviews zijn tevens gebruikt om de trends in de bezoekersaantallen nader te verklaren.

Methoden van onderzoek

In deze scriptie zijn verschillende methoden van onderzoek gehanteerd, waaronder literatuuronderzoek, voorstellingsanalyses, het analyseren van bezoekersaantallen en cijfers

³ Dit is een term gehanteerd door Hans van Maanen, waarmee hij de ervaring van de theatrale gebeurtenis aanduidt als bijzondere vorm van de esthetische ervaring. Van Maanen 1997: 285.

afkomstig uit rapporten van de VSCD, het analyseren van recensies en het afnemen van interviews.

Het theoretisch kader is ontwikkeld aan de hand van een uitgebreid literatuuronderzoek waarbij zowel gebruik is gemaakt van monografieën als van artikelen uit wetenschappelijke tijdschriften.

Zo is in het eerste hoofdstuk voornamelijk gebruik gemaakt van het boek *Postdramatic theatre* van Hans-Thies Lehmann. Deze studie over postdramatisch theater kan beschouwd worden als de belangrijkste theorie op het gebied van postdramatisch theater.⁴ Ook heb ik in het eerste hoofdstuk recensies geanalyseerd uit de dagbladen de Volkskrant, Het Parool, NRC Handelsblad en Trouw om te bepalen welke postdramatische kenmerken aanwezig waren bij de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé. Per toneelgezelschap zijn recensies van ten minste twee voorstellingen geanalyseerd. Bij tg STAN werden recensies geanalyseerd van de voorstellingen *Bedrog* (2011), *Het was zonder twijfel een ongeluk* (2008), *Redde wie zich redden kan - geen slechte titel* (2005) en *Vraagzucht* (2003). Van SKaGeN werden recensies gekozen van de voorstellingen *CCC de vette jaren zijn voorbij* (2013), *DegrotomonD* (2009) en *La Merde* (2006). Van Abattoir Fermé zijn recensies geanalyseerd van de voorstellingen *Lizzie Borden* (2014), *Snuff* (2009) en *Tinseltown* (2006). Al deze voorstellingen waren te zien in de theaters de Brakke Grond, de Toneelschuur, het Grand Theatre, Plaza Futura en de Verkadefabriek. Daarnaast heb ik van ieder gezelschap recentelijk ten minste een voorstelling gezien. Van tg STAN heb ik de voorstellingen *Beroemden* en *Eind goed al goed* gezien, van SKaGeN de voorstelling *Alles van Eva* en van Abattoir Fermé de voorstellingen *Ghost* en *Lizzie Borden*. De kennis van deze voorstellingen heb ik tevens meegenomen bij de voorstellingsanalyses van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé.

Het tweede hoofdstuk is gebaseerd op literatuuronderzoek, om daarmee een beschrijving te geven van het begrip de theatrale gebeurtenis en de beleving daarvan. In dit hoofdstuk is voornamelijk gebruik gemaakt van het artikel *The experience of the theatrical event* van Peter Eversmann uit het boek *Theatrical events: borders, dynamics, frames*. Daarnaast heb ik ook gebruik gemaakt van de monografieën *Het Nederlandse toneelbestel van 1945 tot 1995* en *How to study art worlds*, beiden geschreven door Hans van Maanen. Aan de hand van het proefschrift van Pieter de Rooij *Customer loyalty to performing arts venues. Between routines and coincidence* zijn de motieven van het theaterpubliek in dit hoofdstuk behandeld.

Een gedeelte van het derde hoofdstuk is gestoeld op een literatuurstudie, om een schets te kunnen geven van het Nederlandse toneelbestel. Deze schets is gemaakt aan de hand van

⁴ In 1999 werd *Postdramatisches Theater* in het Duits gepubliceerd en het werd vrijwel direct als een essentiële kritische tekst beschouwd. Pas in 2006 werd het naar het Engels vertaald. Fuchs 2008: 178.

recente cultuurnota's voor de meer actuele ontwikkelingen en het boek *Tomaat in perspectief: theatervernieuwing in de jaren '60 en '70*, voor de eerdere ontwikkelingen in het Nederlandse theaterbestel. Naast deze literatuurstudie bestaat het hoofdstuk ook uit een analyse van cijfers uit eerder genoemde rapporten van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD). In dit hoofdstuk zijn de bezoekersaantallen van toneel en het totale aantal toneelvoorstellingen in Nederland in de periode 2002 tot en met 2012 geanalyseerd om een beeld te krijgen van de publieksbelangstelling voor toneel in Nederland in het algemeen. Er is gekozen voor de rapporten van de VSCD omdat deze organisatie door de jaren heen de meest complete gegevens met betrekking tot toneel in Nederland heeft gepubliceerd.

Om een goed beeld te krijgen van Vlaams toneel in Nederland is in het vierde hoofdstuk een inventarisatie gemaakt van de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé bij de theaters de Brakke Grond, de Toneelschuur, het Grand Theatre, Plaza Futura en de Verkadefabriek. De keuze voor deze drie Vlaamse toneelgezelschappen kwam, zoals eerder gesteld, tot stand omdat deze drie toneelgezelschappen, in vergelijking met andere Vlaamse toneelgezelschappen, in de periode 2002 tot en met 2012 regelmatig te zien waren in Nederlandse theaters. De vijf onderzochte theaters heb ik gekozen omdat ze een representatieve geografische spreiding van vlakkevloertheaters in Nederland bieden. Aan de hand van informatie gepubliceerd op de websites van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé en op de website van het Vlaams Theater Instituut (VTI) zijn per gezelschap speellijsten samengesteld. Deze speellijsten bestaan uit informatie waar en welke voorstellingen de gezelschappen hebben gespeeld. Met deze speellijsten heb ik de theaters benaderd met het verzoek informatie over de bezoekersaantallen van de gespeelde voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé te verstrekken. Aan de hand van deze gegevens zijn overzichtlijsten gemaakt. Deze overzichtlijsten bevatten per gezelschap informatie over de publieksopkomst van hun voorstellingen en in welk jaar deze voorstellingen werden gespeeld. Deze overzichtlijsten zijn te vinden in de bijlagen 3A tot en met 3E van deze scriptie. Op basis van deze gegevens zijn tevens tabellen gemaakt met het jaarlijkse gemiddelde van de bezoekersaantallen van ieder gezelschap per theater. Deze gegevens zijn geanalyseerd om zo een beter beeld te krijgen van de publieksbelangstelling voor Vlaams toneel in Nederland en in het bijzonder voor tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé.

In hoofdstuk vijf is aan de hand van interviews aandacht besteed aan de wijze waarop Vlaams toneel zich in Nederland in de afgelopen jaren heeft ontwikkeld. Daarbij is gebruik gemaakt van verschillende interviewtechnieken. Er is gekozen voor halfgestructureerde expert-interviews met Kathleen Treier van tg STAN (productie, communicatie en pers), Nick Kaldunski van Abattoir Fermé (een van de oprichters en nu algemeen directeur), Frans

Lommerse van de Toneelschuur en Piet Menu van de Brakke Grond.⁵ Zij zijn deskundigen op het gebied van Vlaams theater, en hun expertise is onmisbaar voor het schetsen en nader duiden van de ontwikkeling van Vlaams toneel in Nederland. In ieder interview kwamen dezelfde onderwerpen aan bod, waarbij de geïnterviewden de kans kregen vrijelijk hun mening te geven over deze onderwerpen. In de bijlagen 1A tot en met 1C zijn de topiclijsten van deze halfgestructureerde expert-interviews te vinden.

Aan de theaterprogrammeurs Rudi Kamminga van het Grand Theatre en Lieke Jordens van Verkadefabriek is een gestructureerde vragenlijst opgestuurd over Vlaams toneel in Nederland. In deze vragenlijsten werd er specifiek gevraagd naar de toneelgezelschappen tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé. Daarnaast werden de vragenlijsten afgestemd op de programmering van de twee theaters in de periode 2002 tot en met 2012. Hierdoor verschillen de vragenlijsten op enkele punten van elkaar. Bij deze interviews werd er gekozen voor een gestructureerde vragenlijst, omdat deze interviews per e-mail werden verstuurd en daarom kon op sommige onderwerpen niet worden doorgevraagd. De gestructureerde vragenlijsten voor deze interviews zijn te vinden in de bijlagen 1D en 1E. Aan Gieske Bienert, de theaterprogrammeur van Plaza Futura, was aanvankelijk ook een gestructureerde vragenlijst opgestuurd, maar zij bleek toch tijd te hebben voor een telefonisch interview. Hierdoor was het mogelijk om op enkele vragen en onderwerpen dieper in te gaan. De gestructureerde vragenlijst werd bij dit interview als een topiclijst gebruikt, waardoor het interview met Gieske Bienert ook een halfgestructureerd interview genoemd kan worden. De vragenlijst die tijdens dit interview is gebruikt, is te vinden in bijlage 1F.

Het zesde hoofdstuk is tot stand gekomen aan de hand van literatuuronderzoek. Bij dit hoofdstuk is voornamelijk gebruik gemaakt van het proefschrift *Kunst & Klant in de Nederlandse podiumkunsten: naar een betere ruil van waarden tussen aanbieders en publiek* van Kim Joostens en het proefschrift *Kunstmarketing: hoe marketing kan bijdragen aan het maatschappelijk functioneren van kunst, in het bijzonder van toneelkunst in Nederland* van Miranda Boorsma. Daarnaast is ook gebruik gemaakt van enkele artikelen uit wetenschappelijke tijdschriften, waaronder *When arts met marketing* van Hye-Kyung Lee en twee artikelen van Miranda Boorsma: *A strategic logic for arts marketing: integrating customer value and artistic objectives* en *De consument als coproducent van kunst. nieuwe inzichten in de rol van de kunstconsument*.

⁵ Bij een halfgestructureerd interview liggen de vragen en antwoorden niet van tevoren vast maar de onderwerpen wel. Met een expert-interview wordt een speciaal type respondenten uitgekozen. Deze respondenten worden geselecteerd vanwege hun deskundigheid op gebieden die van belang zijn voor het onderzoek. Baarda, de Goede en Teunissen 1995: 133 en 136.

Opbouw en deelvragen

Om de geformuleerde hoofdvraag, *welke kunstmarketingbenadering geschikt is om de publieke belangstelling voor het Vlaams postdramatische toneelaanbod in Nederland te vergroten*, te beantwoorden zijn zes deelvragen geformuleerd, die elk in een apart hoofdstuk zijn behandeld.

De eerste deelvraag is: *wat zijn de kenmerken van postdramatisch theater en beantwoorden de voorstellingen van de drie onderzochte Vlaamse toneelgezelschappen aan de criteria van postdramatisch theater?* In dit hoofdstuk zijn allereerst de kenmerken van postdramatisch theater besproken en vervolgens bezien of, en zo ja waarom, de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé als postdramatisch kunnen worden gekenmerkt.

De tweede deelvraag is: *wat verstaan onderzoekers onder theatrale gebeurtenis en ervaring en wat zijn de motieven van theaterpubliek om een bezoek te brengen aan theater en toneel?* Aan de hand van theorieën van de Groningse School heb ik de theatrale gebeurtenis en de beleving daarvan behandeld.⁶ Tevens zijn in dit hoofdstuk motieven van het theaterpubliek geformuleerd.

In het derde hoofdstuk staat de volgende deelvraag centraal: *hoe is toneel in de periode van 2002 tot en met 2012 in Nederland bezocht?* Dit is van belang om een goed beeld te krijgen van publieksbelangstelling voor toneel in Nederland in het algemeen en om de cijfers van het Vlaamse toneel in perspectief te kunnen plaatsen. Er is gekozen voor de periode van 2002 tot en met 2012, omdat over deze periode de meest recente en accurate cijfers beschikbaar zijn. De cijfers worden vooraf gegaan door een schets van de meest recente ontwikkelingen in het Nederlandse theaterlandschap.

De vierde deelvraag is: *hoe zijn de voorstellingen van de Vlaamse toneelgezelschappen tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé in de periode 2002 tot en met 2012 in Nederland bezocht?* In dit hoofdstuk is beschreven hoe de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé bij de Brakke Grond, de Toneelschuur, het Grand Theatre, de Verkadefabriek en Plaza Futura zich hebben ontwikkeld in de periode 2002 tot en met 2012. Het betreft hier overigens theaters die relatief veel aandacht schenken aan theaterproducties uit Vlaanderen.

In het vijfde hoofdstuk staat de ontwikkeling van Vlaams toneel in de periode 2002 tot en met 2012 in Nederland centraal. De deelvraag is: *hoe heeft Vlaams theater zich in de periode*

⁶ Dit is een term gehanteerd door Kees Vuyk in het Liber Amicorum voor Hans van Maanen. Kees Vuyk stelt dat Hans van Maanen met zijn benadering van het kunstenveld een Groningse school heeft gevestigd. Aan de hand van enkele theorieën van Van Maanen en andere wetenschappers die onder de Groningse school geschaard kunnen worden is getracht de theatrale ervaring te beschrijven. Vuyk 2011: 22.

2002 tot en met 2012 ontwikkeld? Aan de hand van interviews met de directeurs van de Toneelschuur en de Brakke Grond en met de theaterprogrammeurs van Plaza Futura, de Verkadefabriek en het Grand Theatre, is tot een beantwoording van deze deelvraag gekomen. Tevens zijn deze interviews gebruikt om de geconcludeerde trends met betrekking tot de bezoekersaantallen nader te verklaren.

Tegen de achtergrond van de conclusies in hoofdstuk voorgaande hoofdstukken, zal in het zesde hoofdstuk de zesde deelvraag worden behandeld: *welke marketingtheorieën lijken geschikt om het postdramatische toneelaanbod dichterbij het (Nederlandse) theaterpubliek te brengen?* Om deze deelvraag te beantwoorden ben ik dieper ingegaan op theorieën van kunstmarketing en welke hiervan het meest geschikt zijn om het postdramatische toneelaanbod dichterbij de wensen van het publiek te brengen. Bij deze deelvraag is gebruik gemaakt van enkele theorieën die onder de eerder genoemde Groningse School geschaard kunnen worden, waaronder verschillende artikelen uit wetenschappelijke tijdschriften en de proefschriften van Miranda Boorsma en Kim Joostens. Dit hoofdstuk kent primair een explorerend karakter.

In het concluderende hoofdstuk zal ik de antwoorden op de deelvragen, die in de voorgaande hoofdstukken zijn behandeld, trachten te verbinden om zo de hoofdvraag te beantwoorden. Ook zal in dit hoofdstuk worden gereflecteerd op de aanpak en methoden van onderzoek.

1. Postdramatisch theater

1.1 Kenmerken van postdramatisch theater

De term postdramatisch theater werd voor het eerst in 1999 uitgebreid behandeld in het boek *Postdramatisches Theater* geschreven door Hans Thies Lehmann. Enkele jaren later, in 2006, werd het boek als *Postdramatic Theatre* vertaald in het Engels door Karen Jürs-Munby.⁷ Hiermee werd een poging gedaan om het 'nieuwe theater' van de twintigste eeuw te categoriseren.⁸ Dit is nog steeds een van de meest invloedrijke studies geschreven over modern theater en postdramatisch theater in het bijzonder. Nicolas Bourriaud schreef tevens een jaar eerder, in 1998, *Esthétique Relationelle* in een poging de nieuwe stromingen binnen de beeldende kunsten, na 1990, te duiden. Hier zal in hoofdstuk zes verder aandacht aan worden besteed. Allereerst zal aan de hand van *Postdramatic Theatre* een postdramatisch theater worden beschreven.

Postdramatisch theater kan volgens Lehmann gezien worden als een reactie op dramatisch theater en speelt met de traditionele kenmerken van dramatisch theater. Met name het feit dat tekst bij dramatisch theater een belangrijke positie inneemt in verhouding tot de overige theatrale middelen wordt bij postdramatisch theater aan de kaak gesteld. De tekst kent bij dramatisch theater immers een uiterst centrale positie en meestal wordt een dramatisch toneelstuk volledig opgebouwd aan de hand van deze tekst. Daarnaast speelt postdramatisch theater ook met andere typische kenmerken van dramatisch theater, zoals mimesis, catharsis en mythos.⁹ De periode die Lehmann hanteert als de hoogtijdagen van postdramatisch theater zijn grofweg de jaren tussen 1970 en 1990, maar dat wil niet zeggen dat theaterproducties in Nederland na 1990 niet postdramatisch genoemd kunnen worden (in paragraaf 4.1 zal dat kort worden belicht). De stroming van het postdramatisch theater doet zich niet alleen binnen Europa voor, maar ook buiten Europa.¹⁰ In het derde hoofdstuk van *Postdramatic Theatre* worden elf kenmerken van postdramatisch theater besproken. Deze elf

⁷ Lehmann 2006. Deze Engelse vertaling is door mij in deze scriptie gebruikt.

⁸ Lehmann 2006: 21.

⁹ De termen mimesis, catharsis en mythos zijn drie van de zes kenmerken van tragedie die Aristoteles noemt in zijn *Poëtica* en worden als de basiskennmerken van dramatisch theater gezien. Mimesis betekend imitatie en het nabootsen van werkelijke werelden of mogelijke werelden. Volgens Aristoteles is het doel van de tragedie het opwekken van vrees en medelijden, waardoor catharsis (reiniging) van dergelijke emoties plaatsvindt. De term mythos heeft betrekking op het plot of de verhaallijn van de tragedie. Schoenmakers 1992: 39 en 49 en Lehmann 2006: 21.

¹⁰ O.a. bij Mickery Theater (Amsterdam), Kaaitheater (Brussel), Kampnagel (Hamburg), Mousonturm un TAT (Frankfurt), Hebbel-Theater (Berlin), Szene Salzburg, Edinburgh Festival, BAC en ICA in Londen, Arnolfini (Bristol), Chapter Arts Centre (Cardiff), Nuffield Theatre (Lancaster), Tramway (Glasgow), maar ook PS122 (New York), Walker Arts Centre (Minneapolis), Wexner Centre for the Arts (Ohio State University), MCA (Chicago), PICA (Portland), On the Boards (Seattle), High-ways Performance Space (Los Angeles) en Performance Space (Sydney) Lehmann 2006: 19.

kenmerken zullen hieronder worden behandeld om zodoende een beter beeld te krijgen van postdramatisch theater en zijn kenmerken.

Het eerste kenmerk van postdramatisch theater is volgens Hans Thies Lehmann '*parataxis*', oftewel non-hiërarchie.¹¹ De term non-hiërarchie duidt op de non-hiërarchische rangschikking van de theatrale middelen en kan gezien worden als een van de belangrijkste kenmerken van postdramatisch theater.¹² In tegenstelling tot postdramatisch theater maakt dramatisch theater doorgaans gebruik van een hiërarchische structuur waarin één element uitgelicht wordt, meestal de tekst, waarna de rest van de voorstelling wordt gestructureerd aan de hand van dit element.¹³ Bij postdramatisch theater wordt niet één element op de voorgrond geplaatst maar wegen alle elementen, ook de ogenschijnlijk onbelangrijke elementen, even zwaar. Met deze non-hiërarchische rangschikking van theatrale elementen wordt het voor de toeschouwer niet makkelijk gemaakt om alle theatrale elementen op te nemen en te incasseren. De toeschouwer moet namelijk een nieuwe manier van kijken ontwikkelen om zo de aandacht gelijkmatig te kunnen verdelen tussen deze verschillende theatrale elementen.¹⁴

Het tweede kenmerk van postdramatisch theater is volgens Lehmann '*gelijktijdigheid*' en komt enigszins overeen met *parataxis*.¹⁵ Zoals gezegd wordt bij dramatisch theater ieder theatraal middel op een bepaald moment in de voorstelling getoond en één teken in het bijzonder uitgelicht. Postdramatisch theater wijkt daar (bewust) van af en streeft ernaar om de tekens en theatrale middelen vrijwel simultaan te tonen. De toeschouwer wordt op deze manier overladen met tekens, waardoor onmogelijk alles verwerkt kan worden. Het overbelasten en daarmee verwarren van de toeschouwer is een beoogd effect van postdramatisch theater.¹⁶

Het derde kenmerk van postdramatisch theater is het '*spelen met tekendichtheid*'.¹⁷ Een regel van postdramatisch theater is volgens Lehmann om te breken met de conventionele regels van theater en daarmee ook de regels omtrent de tekendichtheid van dramatisch theater.¹⁸ Dat wil zeggen dat bij postdramatisch theater de theatrale tekens op elk mogelijke manier kunnen worden getoond. Zo kan de toeschouwer overladen worden met theatrale

¹¹ Lehmann 2006: 86.

¹² Ibidem.

¹³ De overige theatrale middelen worden ieder op een specifiek moment in de voorstelling getoond.

¹⁴ Lehmann 2006: 86.

¹⁵ Ibidem: 87.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Ibidem: 89.

¹⁸ Ibidem.

middelen en tekens, zoals genoemd bij het tweede kenmerk (gelijktijdigheid), maar aan de andere kant kan dit ook betekenen dat de toeschouwer juist met zeer weinig theatrale middelen wordt geconfronteerd en amper wordt geprikkeld. Het *spelen met de tekendichtheid* kan zodoende zowel een overvolle speelvloer als juist een lege speelvloer met weinig attributen en decor betekenen.¹⁹

'Overvloed' (*plethora*) is het vierde kenmerk van postdramatisch theater.²⁰ Dit kenmerk overvloed is een variatie van het spelen met tekendichtheid. Met overvloed wordt een overvloed aan theatrale middelen en tekens bedoeld. Dit kan zoals eerder genoemd een overvolle speelvloer zijn, maar ook een overvloed aan andere theatrale middelen, zoals geluid, muziek, kleding en licht is mogelijk. Volgens Lehmann kent deze vorm twee grenzen: aan de ene kant bevindt zich '[...] the wasteland of unseizable extension' en aan de andere kant '[...] the labyrinthine of chaotic accumulation'.²¹ Hiermee probeert Lehmann te illustreren welke twee uitersten dit kenmerk kent, namelijk een compleet lege speelvloer met slechts een paar attributen (overvloed aan ruimte) tot aan een speelvoer overladen met attributen (overvloed aan attributen).

Het vijfde kenmerk van postdramatisch theater is het prominente gebruik van muziek en geluid, waarbij Lehmann spreekt van 'auditory semiotics' (auditieve semiotiek).²² Muziek heeft bij postdramatisch theater niet enkel een begeleidende functie, maar weegt net zo zwaar als de andere theatrale middelen (zie het eerste kenmerk, parataxis). Het unieke aan het gebruik van muziek bij postdramatisch theater is dat haar toepassing zich heeft kunnen ontwikkelen tot een autonome betekenisleer.²³

Het zesde kenmerk van postdramatisch theater wordt '*scenografie*' of '*visuele dramaturgie*' genoemd.²⁴ De eerder genoemde kenmerken zoals parataxis en muziek laten zien dat de hiërarchische structuur en het logocentrische van dramatische theater zijn vervangen door een structuur waarin alle theatrale elementen en middelen even zwaar wegen.²⁵ Dit komt ook terug in de visuele dramaturgie van het postdramatische theater. Met visuele dramaturgie doelt Lehmann op het feit dat de visuele dramaturgie niet ondergeschikt is aan de tekst. Het gaat er bij dit kenmerk dus niet om dat de visuele elementen van een voorstelling een aparte vorm van dramaturgie toegewezen krijgen. De visuele dramaturgie

¹⁹ Lehmann 2006: 89.

²⁰ Ibidem.

²¹ Ibidem: 90.

²² Ibidem: 91.

²³ Ibidem.

²⁴ Ibidem: 93.

²⁵ Ibidem.

heeft zich bij het postdramatische theater, net zoals de muziek, kunnen ontwikkelen tot een autonome structuur.

Het zevende kenmerk van postdramatisch theater wordt '*spelen met warmte en kou*' genoemd.²⁶ Dit kenmerk draait om het feit dat het menselijk lichaam een belangrijk onderdeel is van theater. Omdat het menselijk lichaam - letterlijk en figuurlijk - warmte uitstraalt, kan theater volgens Lehmann als 'warm' worden ervaren. Postdramatisch theater speelt met deze gedachte door aan deze warmte 'kou' toe te voegen: doordat er bewust op speelse wijze met de grenzen van dramatisch theater wordt omgegaan, kan postdramatisch theater immers formeel overkomen. Deze formalisering zorgt ervoor dat postdramatisch theater als kil kan worden ervaren, ondanks de aanwezigheid van het menselijk lichaam. Zodoende wordt er bij postdramatisch theater door de immer aanwezige 'warmte' van het menselijk lichaam en de toegevoegde kilte van formalisering volgens Lehmann gespeeld met de concepten warmte en kou.²⁷

Veel traditionele (dramatische) theatrale middelen worden bij postdramatisch theater op een nieuwe manier gepresenteerd. Een van deze middelen is het menselijk lichaam, misschien wel het meest fundamentele element van theater. Immers, zonder menselijk lichaam bestaat de performance of het toneelstuk niet. Om deze gedachte kracht bij te zetten, krijgt het lichaam bij postdramatisch theater een zo voornaam mogelijke positie, zonder de idee van parataxis te verwaarlozen. Dit wordt gezien als het achtste kenmerk van postdramatisch theater (lichamelijkheid). Het lichaam kan bij postdramatisch theater zodoende enigszins worden gezien als het centrale punt van de voorstelling.²⁸ Hierbij is het lichaam niet slechts de vertolker van theatrale tekens, maar is het zelf een van de tekens.²⁹ Naast de muziek heeft zodoende ook het lichaam zich bij postdramatisch theater kunnen ontwikkelen tot een eigen 'taal' en betekenisleer.³⁰

Het negende kenmerk van postdramatisch theater wordt volgens Hans Thies Lehmann '*concrete theatre*' genoemd.³¹ Lehmann verwijst hierbij naar de beeldende kunstenaars Theo van Doesburg (1883-1931) en Wassily Kandinsky (1866-1944), die hun kunst als *art concret* (concrete kunst) bestempelden in plaats van het meer gangbare abstracte kunst. Zij gaven de voorkeur aan de term *art concret* omdat zij vonden dat bij kunst de direct (concreet)

²⁶ Lehmann 2006: 95.

²⁷ Ibidem: 95.

²⁸ Met enigszins doel ik op het feit dat als gevolg van *parataxis* geen specifiek element volledig als middelpunt van de postdramatische voorstelling kan worden gezien. Desalniettemin komt het menselijk lichaam het dichtst in de buurt bij dit idee van een centrale positie binnen een voorstelling.

²⁹ Lehmann 2006: 96.

³⁰ Ibidem: 97.

³¹ Ibidem: 98.

waarneembare kleuren, vormen en lijnen centraal moesten staan, waarna ze de term 'concrete painting' ontwikkelden.³² Daar het postdramatisch theater een eigen fenomenologie van perceptie heeft ontwikkeld waarbij de toeschouwer overladen wordt met theatrale middelen, sluit de term concreet theater goed aan bij de postdramatische traditie.³³ De toeschouwer wordt hierdoor immers gedwongen de getoonde middelen direct en onbemiddeld op te nemen. Bij postdramatisch theater staat zodoende niet zozeer het opgaan in de fictieve wereld centraal, maar het opnemen van de direct waarneembare theatrale elementen.

Het tiende kenmerk van postdramatisch theater wordt '*irruption of the real*' genoemd (het 'binnendrijven van de echte wereld').³⁴ Het dramatische theater kenmerkt zich doordat het op het podium een fictieve en verhalende wereld creëert en tot stand komt door middel van nabootsing (mimesis).³⁵ Bij *irruption of the real* wordt er op het toneel gespeeld met zowel de fictieve wereld als de werkelijkheid, waardoor de toeschouwer niet meer zeker weet wat gespeeld en wat echt is. Bij dit kenmerk draait het niet zozeer om het spel tussen fictie en werkelijkheid, maar staat het creëren van een onzekerheidsgevoel bij de toeschouwers centraal.³⁶

Het laatste en elfde kenmerk van postdramatisch theater is de '*gebeurtenis*' of '*situatie*'.³⁷ Het postdramatische theater kan gedefinieerd worden als een proces, niet als een afgetekend geheel met een duidelijk begin en einde, maar meer als een gebeurtenis. Theater is per definitie een sociale situatie en de theatrale ervaring is niet alleen afhankelijk van de toeschouwer zelf, maar wordt ook mede bepaald door de andere toeschouwers.³⁸ Met postdramatisch theater wordt de rol van de toeschouwer extra benadrukt, waardoor het publiek een belangrijk onderdeel wordt van de performance of theatrale ervaring. Zo vindt er vaak publieksparticipatie plaats en wordt er tijdens de voorstelling (indirect) ingegaan op de perceptie en de betekenis van de aanwezigheid van het publiek. Hiermee wordt het dramatische basisprincipe van de passieve toeschouwer enigszins omgedraaid: de rol van de toeschouwer is nu immers (bijna) even belangrijk als de rol van de acteur.

Dat Lehmann deze elf kenmerken van postdramatisch theater noemt, betekent niet dat een toneelstuk pas als postdramatisch bestempeld kan worden wanneer al deze kenmerken

³² Lehmann 2006: 98.

³³ Ibidem.

³⁴ Ibidem: 99.

³⁵ Ibidem: 100.

³⁶ Ibidem.

³⁷ Ibidem: 104.

³⁸ Ibidem.

daadwerkelijk aanwezig zijn. Ook een toneelstuk dat slechts een paar van deze elementen bezit, kan postdramatisch genoemd worden. Lehmann geeft slechts een indruk van de elementen die zich kunnen voordoen bij postdramatisch toneel en met name hoe deze vorm van theater ageert tegen de voor zo lange tijd gangbare normen van dramatisch theater.

1.2 De postdramatische kenmerken bij tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé

In deze paragraaf zal ik aan de hand van de hierboven beschreven kenmerken van postdramatisch theater onderzoeken in hoeverre de Vlaamse toneelgezelschappen tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé postdramatisch van aard zijn.

1.2.1. Toneelspelersgezelschap STAN

In 1989 werd Toneelspelersgezelschap STAN opgericht door Jolente De Keersmaeker, Damiaan De Schrijver, Waas Gramser en Frank Vercruyssen, vier net afgestudeerden van het Antwerps Conservatorium.³⁹ Zij wilden voor de verandering een gezelschap oprichten waarbij de nadruk op de kunde van de acteurs zou liggen in plaats van op een bepaalde (esthetische) visie van een regisseur. De naam STAN is een afkorting voor *Stop Thinking About Names*.⁴⁰ Na een paar producties stapte Waas Gramser op en nam Sara de Roo zijn plaats in. Ook kreeg het gezelschap een vaste scenograaf, Thomas Walgrave. Inmiddels is het gezelschap 25 jaar actief.

De toneeltekst is bij tg STAN een belangrijk element en is vaak gebaseerd op een bestaand toneelstuk, verhaal of roman. Schrijvers die zij in de loop der tijd hebben gespeeld zijn onder andere Thomas Bernard, Max Frisch, Harold Pinter en Marlen Haushöfer.⁴¹ Zodoende kunnen de voorstellingen van tg STAN als tekstueel theater bestempeld worden. Toch wordt er niet op een traditionele manier met de tekst omgesprongen, zoals dat bij dramatisch theater wel het geval is. Zo was de tekst bij de voorstelling *Vraagzucht* dan wel gebaseerd op de dagboeken van Max Frisch, maar werden delen van Frisch' dagboek afgewisseld met verhalen van Raymond Carver, Hanif Cureishi en Haruki Murakami.⁴² De tekst nam bij deze voorstelling een belangrijke positie in, maar doordat er niet sprake was van één duidelijke toneeltekst, kende deze voorstelling een postdramatisch karakter. Doordat de toneeltekst immers was opgebouwd uit verschillende teksten, zonder duidelijk narratief, werd de toeschouwer overladen met uiteenlopende verhalen. Zoals eerder gesteld is het overladen, en tevens verwarren van de toeschouwer door middel van de toneeltekst een postdramatisch kenmerk. Ook werd in hetzelfde toneelstuk de vierde wand door de acteur Frank

³⁹ Zie: stan.be, 2013. Web. 12 dec. 2013.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Alkema 2011, Buijs 2003, Oranje 2005 en Veraart 2008.

⁴² Buijs 2003.

Vercruyssen doorbroken, toen hij het publiek op een gegeven moment direct aansprak. Zo vroeg hij of het publiek muziek wilde horen en stelde hij dat het publiek, indien het toneelstuk verschrikkelijk werd gevonden, de zaal kon verlaten.⁴³ Het doorbreken van de vierde wand en hiermee het betrekken van het publiek bij de theatrale ervaring is verwant aan het tiende kenmerk van Lehmann. Mede door deze factoren werd het publiek bij deze voorstelling van tg STAN 'gedwongen' actief te kijken, en verloor het zijn passieve functie.

Ook het nonchalante spel van tg STAN, dat ook wel vergeleken wordt met de Nederlandse toneelgezelschappen Dood Paard en Maatschappij Discordia, kan gezien worden als een postdramatisch kenmerk. Een recensent beschreef het als volgt [...] de acteurs van tg STAN verstaan de kunst zo terloops te spelen dat het lijkt alsof er niets aan de hand is, en intussen kruipt bijna ongemerkt de ongemakkelijkheid van een bepaalde situatie onder de huid.'⁴⁴ Hierdoor krijgt het publiek het idee dat er niet naar gespeelde personages (dramatische figuren⁴⁵) wordt gekeken, maar naar de acteurs zelf. Bij het toneelspel van tg STAN is het zodoende niet duidelijk waar de dramatische figuur begint of eindigt, wat tevens een kenmerk van postdramatisch theater is. Hierdoor drijft de 'echte' wereld de fictieve wereld van het theater binnen, iets wat overeen komt met het tiende kenmerk van postdramatisch theater. Met dit nonchalante toneelspel wordt het publiek tevens gedwongen actief te kijken. Zodoende kunnen de voorstellingen van tg STAN postdramatisch genoemd worden vanwege onder andere de onconventionele omgang met tekst, het doorbreken van de vierde wand en het nonchalante spel.

1.2.2 SKaGeN

Het Vlaamse toneelgezelschap SKaGeN is, net als tg STAN, een theatercollectief en werd in 2000 opgericht door net afgestudeerden van de voormalige acteursopleiding Toneel Dora van der Groen in Antwerpen.⁴⁶ Het collectief bestond bij de oprichting uit Valentijn Dhaenens, Korneel Hamers, Mathijs Scheepers, Clara van den Broek, Yves Degryse en Bruno van den Broecke. In 2009 stapten Yves Degryse en Bruno van den Broecke uit het collectief om een andere richting op te gaan. Volgens het gezelschap [...] staat een toegankelijke vorm van kunstexploratie en vormexperiment centraal'.⁴⁷ Net zoals bij tg STAN is de toneeltekst een belangrijke element bij de voorstellingen van SKaGeN. Toch heeft SKaGeN in de loop der jaren niet een zo duidelijke signatuur weten te ontwikkelen als tg STAN of Abattoir Fermé.⁴⁸

⁴³ Buijs 2003.

⁴⁴ Alkema 2011.

⁴⁵ *De dramatische figuur* wordt door de acteur gecreëerd door middel van de spelhandeling. In §2.1.1 zal dit verder worden uitgelegd. Van Maanen 1997: 27.

⁴⁶ Zie: skagen.be, 2013. Web. 12 dec. 2013.

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

Net zoals bij tg STAN zijn de voorstellingen van SKaGeN meestal gebaseerd op literaire teksten, films, series of een bestaande geschiedenis. Zo heeft SKaGeN voorstellingen gebaseerd op verhalen van Albert Camus, de Belgische extreem linkse terreurgroep Cellules Communistes Combattantes, belangrijke redevoevingen uit de geschiedenis of recent op de film *All About Eve*.⁴⁹ Waar tg STAN vaak gebruik maakt van (oudere) literaire teksten, zijn de onderwerpen van voorstellingen bij SKaGeN niet over een kam te scheren. Naast de toneelteksten en de onderwerpen van de voorstellingen, wisselt de scenografie en dramaturgie ook per voorstelling. Zo was de voorstelling *La Merde* gebaseerd op het verhaal *La Peste* van Albert Camus. De tekst van Camus was echter niet bewerkt tot een klassieke toneeltekst: vier verschillende acteurs speelden dubbelrollen, terwijl opzij van het toneel de verbindende teksten werden voorgelezen.⁵⁰ De vier acteurs werden ieder hierbij met een aparte camera gefilmd. Op het toneel, dat geheel blauw was, werden de gefilmde acteurs geprojecteerd.⁵¹ Hierdoor werd het publiek gedwongen actief te kijken, aangezien de aandacht tussen verschillende theatrale middelen moest worden verdeeld. Het publiek werd zodoende 'overladen' met verschillende theatrale middelen, wat een kenmerk is van postdramatisch theater. Ook bij de voorstelling *CCC, de vette jaren zijn voorbij*, gebaseerd op de Belgische extreem linkse terreurgroep Cellules Communistes Combattantes, werd er gebruik gemaakt van videoprojecties. Bij deze voorstelling werd het toneelspel afgewisseld met documentairebeelden vertoond op een scherm.⁵² De toeschouwers moesten ook bij deze voorstelling hun aandacht verdelen tussen de verschillende theatrale middelen.

SKaGeN maakt net als tg STAN tekstueel theater, maar ook bij de voorstellingen van SKaGeN wordt er op onconventionele manier met de tekst omgegaan. Immers, hoewel de voorstelling *La Merde* gebaseerd was op een bestaande tekst, was de vorm waarin de toneeltekst was gegoten onconventioneel. Het gebruik van tekst kende bij deze voorstelling zodoende een postdramatisch karakter. SKaGeN maakt ook gebruik van verschillende (digitale) media bij hun voorstellingen, waardoor het publiek gedwongen wordt actief te kijken, aangezien de aandacht verdeeld moet worden tussen deze verschillende elementen. Het actieve kijken door middel van intermedialiteit en het op onconventionele wijze gebruik maken van toneeltekst, zijn de twee belangrijke postdramatische kenmerken van de voorstellingen van SKaGeN.

1.2.3. Abattoir Fermé

In 1999 werd Abattoir Fermé in Mechelen opgericht door Stef Lernous, Nick Kaldunski en Tine Van den Wyngaert. Bij de oprichting ging de interesse van de theatermakers vooral uit

⁴⁹ Akveld 2013, Buijs 2006 en Janssen 2009.

⁵⁰ Buijs 2006.

⁵¹ Ibidem.

⁵² Akveld 2013.

naar maatschappelijke randfiguren, groteske vormen en afwijkende thema's.⁵³ Het vertrekpunt van een werkproces is voor Abattoir Fermé '[...]' vaak de fascinatie voor outsiders en de zoektocht achter het bekende: '[...]' de wereld achter de wereld'.⁵⁴

De voorstellingen van Abattoir Fermé zijn niet te vergelijken met voorstellingen van tg STAN en SKaGeN. Abattoir Fermé staat erom bekend meestal sterk visueel theater te maken, waar licht, muziek, beeld en beweging bepalende elementen zijn.⁵⁵ Waar de meeste voorstellingen van tg STAN en SKaGeN sterk tekstueel van aard zijn, wordt er bij sommige voorstellingen van Abattoir Fermé zelfs nauwelijks een woord gesproken.⁵⁶ Ook is bij Abattoir Fermé elke vorm van realisme afwezig en '[...]' zijn de figuren groteske wezens met witgeschminkte gezichten'.⁵⁷ De nadruk bij de voorstellingen van Abattoir Fermé ligt meer op het visuele dan op het tekstuele. Door te spelen met groteske vormen en afwijkende thema's worden de grenzen van het publiek continu opgezocht. Toch kent het theater van Abattoir Fermé een ironisch karakter, waardoor het publiek de grenzen die Abattoir Fermé overschrijdt voor lief neemt. Zo nu en dan baseert Abattoir Fermé zich op een waargebeurd verhaal, zoals de recente voorstelling *Lizzie Borden*, die gebaseerd was op de moordzaak van Lizzie Borden aan het einde van de negentiende eeuw.⁵⁸

Dat het visuele, in plaats van het tekstuele, een van de belangrijkste elementen is bij de voorstellingen van Abattoir Fermé, is een belangrijk postdramatisch theateraal element. Hierdoor is er bij Abattoir Fermé immers duidelijk sprake van een visuele dramaturgie die een overvloed aan elementen biedt. Doordat Abattoir Fermé speelt met groteske vormen en afwijkende thema's wordt het publiek bovendien geconfronteerd met zijn of haar grenzen, waardoor het publiek ook hier wordt 'gedwongen' wordt actief te kijken, zij het op een andere manier dan bij de voorstellingen van tg STAN en SKaGeN. Door dit actieve kijken en de visuele dramaturgie, waarbij de toeschouwers worden overladen met theaterale elementen, kunnen de voorstellingen van Abattoir Fermé postdramatisch genoemd worden.

Zoals gezegd benadrukt Lehmann in *Postdramatic Theatre* dat het niet noodzakelijk is dat alle elf kenmerken van postdramatisch theater bij een toneelstuk aanwezig moeten zijn om te kunnen spreken van postdramatisch theater.⁵⁹ Dit zien we terug bij de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé: hoewel we daar niet alle elf de kenmerken tegenkomen, zijn deze voorstellingen toch zeker postdramatisch van aard. De aanwezigheid van bepaalde

⁵³ Zie: abattoirferme.tumblr.com, 2013. Web. 12 dec. 2013.

⁵⁴ Ibidem.

⁵⁵ Veraart 2009.

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ Freriks 2014.

⁵⁸ Ibidem.

⁵⁹ Lehmann 2006: 82.

postdramatische elementen kunnen per gezelschap verschillen per voorstelling. Toch zijn bij de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé, de postdramatische kenmerken zoals de onconventionele omgang met de toneeltekst bij tg STAN en SKaGeN en de visuele dramaturgie bij Abattoir Fermé bijna altijd aanwezig. Zodoende kan er gesproken worden van postdramatisch toneel bij de toneelgezelschappen tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé.

2. De theatrale ervaring en de motieven van het theaterpubliek

De theatrale ervaring is niet eenvoudig te definiëren. Dat heeft onder andere te maken met het feit dat het ervaren van theater per individu verschilt en van verschillende factoren afhankelijk is. Aan de hand van enkele theorieën is de theatrale ervaring beschreven. Deze theorieën geven tevens een idee van de beoordelingscriteria van het (Nederlandse) theaterpubliek. Om de theaterervaring beter te begrijpen is het belangrijk om eerst inzicht te krijgen in de theatrale gebeurtenis, vervolgens zal de beleving van de theatrale gebeurtenis (theatrale ervaring) worden beschreven, de beleving van postdramatisch theater en uiteindelijk de motieven van het theaterpubliek.

2.1 De theatrale gebeurtenis

De belangrijkste kenmerken van de theatrale gebeurtenis zijn volgens theaterwetenschapper Peter Eversmann transitiviteit, collectiviteit in produceren en waarnemen, multimedialiteit en ostensie.⁶⁰ De meest eenvoudige definitie van de theatrale gebeurtenis is die van Eric Bentley: namelijk A speelt B terwijl C toekijkt.⁶¹

De theatrale gebeurtenis komt collectief tot stand. Voor zowel de theatermakers, de acteurs als het publiek (onderling) is er sprake van een collectieve gebeurtenis. Balme trekt dit nog verder door en noemt de toeschouwers en uitvoerenden gelijken tijdens de theatrale gebeurtenis.⁶² Dit komt overeen met het elfde kenmerk van Lehmann (de gebeurtenis).⁶³ Andere belangrijke kenmerken van de theatrale gebeurtenis zijn onder andere dat de theatrale gebeurtenis op het podium eindig is, aangezien er sprake is van een duidelijk begin en einde. Hoewel de theatrale gebeurtenis op de speelvloer eindig is, eindigt de theatrale gebeurtenis voor de toeschouwer niet bij het applaus, dit zal later in dit hoofdstuk worden toegelicht met betrekking tot de theatrale ervaring. Daarnaast speelt de theatrale gebeurtenis zich geïsoleerd in tijd/en of plaats af.⁶⁴ Deze isolering is van belang om de theatraliteit te

⁶⁰ Met de term transitiviteit (*'transitivity'*) wordt het vergankelijke karakter van de theatrale gebeurtenis bedoeld. Daarbij komt de theatrale gebeurtenis collectief tot stand, door iedereen die bij een productie is betrokken (acteurs, regisseurs, dramaturgen, productiemedewerkers etc.) en tevens het publiek. De term multimedialiteit doelt op het (simultaan) gebruiken van verschillende vormen van media tijdens de theatrale gebeurtenis. De term ostensie (*'ostension'*) is lastig naar het Nederlands te vertalen, maar in deze context kan het duiden op de actieve reproductie van een narratief scenario of gebeurtenis. Eversmann 2004: 141.

⁶¹ Bentley 1966: 150.

⁶² Balme 2008: 12.

⁶³ De elf kenmerken van postdramatisch theater zijn parataxis (non-hiërarchische rangschikking theatrale middelen), gelijktijdigheid, spelen met tekendichtheid, overvloed, auditieve semiotiek, visuele dramaturgie, spelen met warmte en kou, het menselijk lichaam, 'concrete theatre', 'irruption of the real', en de gebeurtenis. Lehmann 2006: 86-104 en zie § 1.1.

⁶⁴ Beckerman 1979: 7.

onderscheiden van de realiteit.⁶⁵ Het feit dat de theatrale gebeurtenis uniek is (zij speelt zich immers altijd af in het hier en nu), is ook een belangrijk kenmerk.⁶⁶

Hoewel de theatrale kunsten (en dus de theatrale gebeurtenis) verschillende genres en subgenres kennen, kan er toch gesproken worden van een overkoepelende theatrale gebeurtenis en ervaring.⁶⁷ In deze scriptie zal de focus liggen op het genre toneel en op postdramatisch theater in het bijzonder, wat een subgenre van toneel is.

2.1.1 De dramatische constructie en de spelhandeling

Hans van Maanen gaat in zijn studie *Het Nederlandse toneelbestel van 1945 tot 1995* dieper in op de kenmerken van de theatrale gebeurtenis dan de hierboven beschreven, meer evidente, eigenschappen.⁶⁸ Zo hebben toeschouwers volgens Van Maanen bij de theatrale kunsten, en bij een voorstellingssituatie in het bijzonder, te maken met een *ensceneringscommunicaat*.⁶⁹ Dit enceneringscommunicaat bestaat uit een structuur van theatrale tekens waarmee de theatermaker de toeschouwers tegemoet treedt.⁷⁰ Bij toneelvoorstellingen is de constructie van het enceneringscommunicaat dramatisch van aard.⁷¹ Hoewel bij postdramatisch theater de structuur minder dramatisch is dan bij klassiek drama, kan de structuur van postdramatisch theater toch dramatisch genoemd worden.⁷² De aard van de dramatische structuur (of constructie) is een van de belangrijkste factoren van de theatrale ervaring, aangezien het bepaalt hoe de toeschouwer de theatrale gebeurtenis ervaart.

Het middelpunt van deze dramatische constructie is de spelhandeling van de acteur(s). Door middel van de spelhandeling geeft de acteur vorm aan een personage en creëert daarmee een figuur binnen de dramatische constructie.⁷³ De eerste stap in de theatrale ervaring van de toeschouwer begint bij de herkenning van de spelhandeling van de acteur.⁷⁴ Volgens Van Maanen is deze spelhandeling de meest gecompliceerde handeling die in het theater

⁶⁵ Beckerman 1979: 7.

⁶⁶ Joostens 2012: 65.

⁶⁷ Dit heeft te maken met de dramatische structuur van de theatrale gebeurtenis en ervaring, dit zal in § 2.1.1 worden belicht. Eversmann 2004: 139.

⁶⁸ Van Maanen 1997.

⁶⁹ Ibidem: 24.

⁷⁰ Ibidem: 25.

⁷¹ Ibidem.

⁷² Joostens 2012: 67.

⁷³ Van Maanen 1997: 26.

⁷⁴ Ibidem.

voltrokken wordt, aangezien hiermee ook de verhouding van de acteur tot de overige theatrale middelen en tot het publiek tot stand komt. Het herkennen van de spelhandeling vereist een zekere competentie van het theaterpubliek.⁷⁵ Met de communicatie tussen de acteur en het publiek wordt tevens het *theatrale frame* geactiveerd.⁷⁶

Zoals hierboven gesteld is de spelhandeling van de acteur de kern van de communicatie tussen de acteur en de toeschouwer. Met de spelhandeling creëert de acteur de *dramatische figuur*. De dramatische figuur wordt niet alleen door de acteur gecreëerd, maar ook door de regisseur en de toneeltekst. In de spelhandeling doet de acteur zich voor als iemand anders, maar dat wil niet zeggen dat de acteur in zijn geheel opgaat in de dramatische figuur.⁷⁷ Er zullen altijd karaktertrekken van de acteur zelf zichtbaar blijven tijdens de spelhandeling. Hierdoor vraagt het enige competentie van de toeschouwer om de spelhandeling goed te kunnen duiden. Het is echter afhankelijk van de speelwijze in hoeverre karaktertrekken van de acteur zichtbaar blijven tijdens de spelhandeling. De herkenning van de spelhandeling door de toeschouwer bestaat volgens Van Maanen uit twee fasen.⁷⁸ Allereerst herkent de toeschouwer de dramatische figuur in het personage gespeeld door de acteur. De tweede fase is het waarnemen van de verhouding tussen de acteur en de dramatische figuur. Deze verhouding wordt door Van Maanen de *speelwijze* genoemd.⁷⁹ Ieder genre en subgenre kent zijn eigen (combinatie van) speelwijze(n). Van Maanen maakt onderscheid tussen vier speelwijzen.⁸⁰

De eerste speelwijze is de *mimetische* speelwijze, waarbij de acteur één probeert te worden met de dramatische figuur.⁸¹ Deze manier van acteren is te vergelijken met het acteursysteem van Constantin Stanislavski.⁸² De speelwijze die daar tegenover staat is de *actualiserende* speelwijze. Deze speelwijze komt met name voor bij performances.⁸³ Bij deze manier van acteren gaat de acteur niet volledig op in het personage, maar blijft zichzelf actief

⁷⁵ Van Maanen 1997: 26.

⁷⁶ Het theatrale frame wordt geactiveerd op het moment dat de toeschouwers handelingen als theatraal herkennen, of menen te herkennen. Het is in feite een interpretatiekader, waarin handelingen in een kader worden geplaatst waarin andere 'wetten' gelden. Schoenmakers 1992: 40 en Van Maanen 1997: 26.

⁷⁷ Van Maanen 1997: 27.

⁷⁸ Ibidem.

⁷⁹ Ibidem.

⁸⁰ Ibidem.

⁸¹ Ibidem.

⁸² Stanislavski ontwikkelde een acteer methode, waarbij de acteur moet proberen 'echte' emoties te gebruiken tijdens het acteren in plaats van de emoties te imiteren. De acteur moet in feite doen alsof de situatie echt is en putten uit zijn eigen 'emotionele geheugen'. In het Engels staat deze acteer methode bekend als '*method acting*'. Erenstein 1996: 667.

⁸³ Van Maanen 1997: 27.

tonen, gecombineerd met de uitbeelding van een paar karaktertrekken van de dramatische figuur.⁸⁴ Tussen deze twee uiterste speelwijzen bevinden zich twee variaties: de *demonstrerende* en *esthetiserende* speelwijze.⁸⁵ De demonstrerende speelwijze is nauw verbonden aan het epische theater van Bertolt Brecht.⁸⁶ Bij de demonstrerende speelwijze speelt de acteur niet alleen zijn dramatische figuur, maar toont hij of zij de dramatische figuur ook bewust aan het publiek. Hierdoor is het voor het publiek duidelijk dat de acteur acteert, terwijl het er minder dik bovenop ligt dan bij de actualiserende speelwijze. Het publiek wordt door deze speelwijze gedwongen om de voorstelling actief te bekijken, aangezien er een constante frictie gaande is tussen de acteur en zijn dramatische figuur. Ook communiceert de acteur met deze speelwijze vrijwel direct met de toeschouwer, omdat het publiek constant bezig is met de verhouding tussen de acteur en de dramatische figuur.⁸⁷ De actualiserende en demonstrerende speelwijzen traden na *Aktie Tوماat* (1969)⁸⁸ steeds meer op de voorgrond, de persoonlijkheid van de acteur werd door *Aktie Tوماat* net zo belangrijk als het gespeelde personage (de dramatische figuur).

De vierde en laatste speelwijze is de esthetiserende speelwijze. Deze staat in zekere zin los van de eerder genoemde speelwijzen. Bij de esthetiserende speelwijze wordt de dramatische figuur door middel van gebaar, beweging, houding en stemgebruik gestileerd. Hierdoor wordt het lichaam van de acteur een min of meer autonoom ruimtelijk object. Ook bij de esthetiserende speelwijze gaat de acteur niet geheel op in de dramatische figuur, waardoor zowel de dramatische figuur als de acteur zichtbaar blijven.⁸⁹ Het lichaam van de acteur staat bij deze manier van acteren centraal en de nadruk ligt daardoor meer op het (lichamelijk) technisch kunnen van de acteur.⁹⁰ Bij de esthetiserende speelwijze kan bijvoorbeeld gedacht worden aan moderne dans of mime. De esthetiserende speelwijze is zodoende verwant aan het achtste kenmerk van Lehmann (de lichamelijke) aangezien het lichaam bij dit kenmerk, net zoals bij de esthetiserende speelwijze, één van de theatrale tekens en niet de vertolker van de theatrale tekens is.⁹¹

⁸⁴ Van Maanen 1997: 27.

⁸⁵ Ibidem.

⁸⁶ Bertolt Brecht streefde bij episch theater naar een beter contact met het publiek en een speelstijl waar het publiek in zich zou herkennen. Beer en de Schutter 1978: 29. Toch werd de vierde wand nooit doorbroken, waardoor de toeschouwer op afstand werd gehouden en objectief kon oordelen over wat op het theater afspeelde. Zie: dbnl.org, 2014. Web. 17 maart 2014.

⁸⁷ Van Maanen 1997: 27.

⁸⁸ *Aktie Tوماat* begon als een protestactie van twee studenten van de Amsterdamse Toneelschool in 1969, omdat zij de spelopvatting van de grote toneelgezelschappen 'achterhaald en ongeïnspireerd' vonden. *Aktie Tوماat* was het begin van een reeks gebeurtenissen die grote veranderingen zouden veroorzaken in het Nederlandse theaterbestel. Meyer 1994: 8.

⁸⁹ Van Maanen 1997: 28.

⁹⁰ Ibidem.

⁹¹ Zie noot 63.

Als naar deze vier manieren van spelen wordt gekeken dan kan worden gesteld dat bij postdramatisch theater nooit gebruik wordt gemaakt van de mimetische speelwijze maar dat er wel sprake kan zijn van de actualiserende, demonstrerende of esthetiserende speelwijze. Ook kan het voorkomen dat er een combinatie van deze drie speelwijzen aanwezig is bij postdramatisch theater.

De vier speelwijzen hebben ieder op hun eigen manier invloed op de theatrale gebeurtenis en daarmee op de theatrale ervaring.

Zoals eerder gesteld maken de speelwijzen onderdeel uit van de dramatische structuur en zijn daarmee een belangrijk onderdeel van de theatrale gebeurtenis. Ieder genre binnen de theatrale kunsten kent een dramatische structuur. Toch kan het zo zijn dat bij het ene genre meer sprake is van een dramatische structuur dan bij het andere genre. Zo is de dramatische structuur bij postdramatisch theater, minder dramatisch van aard dan bij klassiek drama. Een onderdeel van de kern van de theatrale gebeurtenis is de spelhandeling van de acteur en daarmee wordt de communicatie tussen de acteur en het publiek gerealiseerd. De speelwijze is zodoende bepalend voor de communicatie tussen het publiek en de acteur(s) en is daarom een cruciale factor van de theatrale ervaring.

Aan de hand van de bovengenoemde theorieën kan worden gesteld dat de dramatische structuur tevens een onderdeel van de kern van de theatrale ervaring is. De aanwezigheid van de dramatische structuur verschilt per genre binnen de theatrale kunsten, maar deze dramatische structuur is altijd aanwezig. De dramatische structuur kan gezien worden als de kern van iedere theatrale gebeurtenis en daarom kan er gesproken worden van een kernervaring bij de theatrale kunsten. In de volgende paragrafen zal aandacht worden besteed aan de beleving van de theatrale gebeurtenis en enkele factoren die van invloed kunnen zijn op deze theatrale ervaring.

2.2 De beleving van de theatrale gebeurtenis

Volgens Hans van Maanen is het mentale proces dat zich bij de toeschouwer voltrekt bij het kijken naar een theatrale gebeurtenis een '[...] proces waarin ontbinding en verbinding elkaar voortdurend afwisselen en mogelijk maken'.⁹² Alvorens hier dieper op in te gaan, zal aandacht worden besteed aan enkele factoren die bepalend zijn voor de beleving van de theatrale gebeurtenis.

Na *Aktie Tomaat* werd de communicatie tussen acteur en toeschouwer steeds belangrijker.⁹³ De aard van deze communicatie is een belangrijk element in het receptieproces van de

⁹² Van Maanen 1997: 29.

⁹³ Erenstein 1996: 752.

toeschouwer, want hoe directer deze communicatie, hoe actiever de kijkhouding van de toeschouwer. Ook zijn er, naast de communicatie tussen acteur en toeschouwer, andere factoren van invloed op het receptieproces. Deze factoren kunnen de *receptieomstandigheden* worden genoemd.⁹⁴ De receptieomstandigheden kunnen volgens Van Maanen onderverdeeld worden in vier categorieën: de verhouding tussen toeschouwers en tijd, de verhouding tussen toeschouwers en ruimte, de verhouding tussen toeschouwers onderling en de verhouding tussen toeschouwers en acteurs.⁹⁵ Peter Eversmann voegt daar enkele receptieomstandigheden aan toe, waaronder het zitcomfort van de stoelen en de informatieverstrekking (zoals het programmaboekje) over de voorstelling.⁹⁶ De receptieomstandigheden, genoemd door Van Maanen en Eversmann, kunnen de *directe context* van de theatrale gebeurtenis genoemd worden.⁹⁷ Naast de directe context is er ook sprake van een *indirecte context*. Deze indirecte context heeft vooral te maken met de verwachtingen van het publiek en wat het publiek als goed theater ervaart.⁹⁸ Het lezen van onder andere recensies zou van invloed kunnen zijn op deze indirecte context. In 2003 hebben Miranda Boorsma en Hans van Maanen een onderzoek gedaan naar de invloed van recensies op het Nederlandse theaterpubliek. In het artikel *Expectations and experiences of theatrical arts consumers: a case study from the Netherlands* werden de uitkomsten van dit onderzoek gepubliceerd. Het blijkt dat recensies geen invloed hebben op het beslissingsproces van de toeschouwer, maar wel op de waardering van het toneelstuk achteraf.⁹⁹ De toeschouwers die een recensie hadden gelezen van het door hen bezochte toneelstuk hadden de neiging hun mening aan te passen aan de recensie, zowel wat betreft de waardeoordelen als observaties van de recensent over het toneelstuk.¹⁰⁰ Recensies kunnen op die manier de indirecte context van de theatrale gebeurtenis beïnvloeden.

De ervaring van tijd door de toeschouwer is een belangrijk element in de receptie van de voorstelling en valt in de eerste categorie van de hierboven genoemde receptieomstandigheden van Van Maanen. De door de toeschouwer ervaren tijdsduur hangt af van de mate waarin de dramatische, gespeelde tijd de reële tijd weet te verdringen.¹⁰¹ Dit hangt weer onder meer af van hoe interessant de toeschouwer de voorstelling vindt en in

⁹⁴ Van Maanen 1997: 31.

⁹⁵ Ibidem: 32.

⁹⁶ Eversmann 2004: 165.

⁹⁷ Ibidem.

⁹⁸ Ibidem: 168.

⁹⁹ Boorsma en van Maanen 2003: 333.

¹⁰⁰ Ibidem.

¹⁰¹ Van Maanen 1997: 32.

hoeverre de toeschouwer opgaat in de theatrale gebeurtenis.¹⁰² Daarnaast kunnen ook de reële tijdsduur en het tijdstip van aanvang van de voorstelling elementen zijn die het receptieproces beïnvloeden en tevens elementen zijn die het beslissingsproces voor het bezoeken van een voorstelling beïnvloeden.¹⁰³

De locatie van de voorstelling kan ook een bepalende factor zijn in het beslissingsproces om een toneelstuk te bezoeken, maar ook in het receptieproces van de toeschouwer. De locatie van een voorstelling valt onder de tweede categorie van receptieomstandigheden volgens Van Maanen. Eversmann benadrukt dat bij het ervaren van de (theatrale) ruimte door de toeschouwer niet alleen de specifieke ruimte bepalend is, maar ook hoe van de ruimte gebruik wordt gemaakt.¹⁰⁴

Het publiek is een onmisbaar onderdeel van de theatrale gebeurtenis. Toch neemt het publiek bij postdramatisch theater een belangrijke positie in en is het een cruciaal onderdeel van de theatrale ervaring. In de volgende paragraaf zal daar aandacht aan worden besteed. De toneelvoorstelling is per definitie een collectieve kunstvorm, zelfs wanneer het publiek uit één persoon bestaat.¹⁰⁵ Dit komt omdat er alleen sprake kan zijn van een theatrale gebeurtenis als er, naast publiek, ook een acteur aanwezig is.¹⁰⁶ Dus zelfs als slechts één toeschouwer aanwezig is bij de voorstelling is er sprake van een collectieve gebeurtenis. Omdat het zelden voorkomt dat slechts één toeschouwer aanwezig is bij een theatrale gebeurtenis, kan er ook gesproken worden van een collectieve gebeurtenis tussen de toeschouwers onderling. De vooraf en achteraf doorwerkende verhouding tussen de toeschouwers onderling kan van invloed zijn op de ervaring van de theatrale gebeurtenis, en valt onder de eerder genoemde derde categorie van receptieomstandigheden volgens Van Maanen (de verhouding tussen toeschouwers onderling).

Ook de bekendheid van de acteur kan van invloed zijn op het receptieproces van de toeschouwer. De bekendheid van de acteur kan zowel betekenen dat de toeschouwer de acteur persoonlijk kent of dat de toeschouwer de acteur kent van bijvoorbeeld film of televisie.¹⁰⁷ De bekendheid van de acteur valt onder de vierde categorie van receptieomstandigheden van Van Maanen, namelijk hoe toeschouwers en acteurs zich tot elkaar verhouden. In hoeverre de bekendheid van de acteur van belang is in het

¹⁰² Dit komt tevens overeen met de *flow*-ervaring van Csikszentmihalyi en Robinson, wat later in deze paragraaf zal worden behandeld. De *flow*-ervaring betreft een staat van zijn waar men door intense focus of concentratie (aan een bepaalde activiteit) zichzelf even 'verliest'. Zie noot 113.

¹⁰³ Van Maanen 1997: 32.

¹⁰⁴ Eversmann 1996: 33.

¹⁰⁵ Van Maanen 1997: 35 en Balme 2008: 12.

¹⁰⁶ Van Maanen 1997: 35.

¹⁰⁷ Ibidem.

receptieproces is afhankelijk van welke positie de acteur inneemt in het, zoals van Maanen dat noemt, *voorwaardensysteem* van de toeschouwer en de verwachtingen die daaruit voortvloeien.¹⁰⁸ Zo kan het voor sommige toeschouwers een motivatie zijn om naar een toneelstuk te gaan wanneer een acteur bekend is.

De bovengenoemde receptieomstandigheden kunnen ieder van invloed zijn op het receptieproces (de theatrale ervaring). Soms kan de ene factor zwaarder wegen dan de andere. Dat wil echter niet zeggen dat bij iedere theatrale gebeurtenis al deze receptieomstandigheden aanwezig zijn. De receptieomstandigheden kunnen ook gezien worden als organisatiefactoren, omdat ze de verhouding tussen de dramatische en niet-dramatische realiteit tot stand brengen.¹⁰⁹

Aan het einde van paragraaf 2.1.1 werd gesteld dat er gesproken kan worden van een dramatische kern bij de theatrale kunsten, en dat daarmee tevens sprake is van een kernervaring bij de theatrale kunsten. Deze kernervaring komt tot stand door de dramatische structuur, waarna aan de hand van de receptieomstandigheden de kernervaring verder wordt gevormd.

Behalve dat er gesproken kan worden van een kernervaring bij de theatrale kunsten, kan er ook gesproken worden van een overkoepelende *esthetische ervaring*. Deze esthetische ervaring kan zich voordoen bij iedere kunstvorm. Volgens van Maanen komt de kern van de waardering van het individu voor een esthetisch object (zoals een toneelstuk) onder andere voort uit het plezier dat hij beleeft aan '[...] de inzet van de verbeeldingskracht in het spelen met de verhouding tussen vorm en inhoud'.¹¹⁰ Het spelen met de verhouding tussen vorm en inhoud kan volgens Van Maanen zowel '[...] comfortabel als uitdagend' zijn.¹¹¹ Dus de persoonlijke, maar ook maatschappelijke, effecten van in dit geval de theatrale beleving zijn sterk afhankelijk van de mate waarin het specifieke spel van vorm en inhoud van het toneelstuk aansluit bij de *waarnemingsschemata* (of voorwaardensysteem) van de toeschouwers.¹¹² Het is daarom vrijwel onmogelijk te vertellen wat precies de theatrale ervaring voor het individu behelst. Wel is het inmiddels duidelijk dat verschillende receptieomstandigheden van invloed kunnen zijn op het receptieproces van de toeschouwer.

De overkoepelende esthetische ervaring komt op enkele punten overeen met de kernervaring van de theatrale gebeurtenis, aangezien ook bij de esthetische ervaring de persoonlijke belevingswereld van de toeschouwer een belangrijke positie inneemt.

¹⁰⁸ Van Maanen 1997: 35.

¹⁰⁹ Ibidem: 39.

¹¹⁰ Van Maanen 2009: 119.

¹¹¹ Ibidem: 119.

¹¹² Ibidem.

In een poging om de theatrale ervaring per individu beter te begrijpen paste Peter Eversmann de theorie van Csikszentmihalyi en Robinson over de esthetische ervaring toe op de theatrale ervaring.¹¹³ Csikszentmihalyi en Robinson hebben onderzoek gedaan naar de esthetische ervaring bij de beeldende kunsten.¹¹⁴ De kern van de esthetische ervaring is volgens Csikszentmihalyi en Robinson de *flow experience* en bestaat uit vier dimensies.¹¹⁵ De eerste dimensie is de *zintuigelijke dimensie* en draait om compositie, vorm, balans, proportie, harmonie en kleuren. De tweede dimensie is de *emotionele dimensie*, waarbij de nadruk ligt op emoties die tot uitdrukking worden gebracht door het kunstwerk en de persoonlijke, subjectieve emoties en associaties die het kunstwerk teweeg kan brengen bij de toeschouwer. De derde dimensie is de *cognitieve of intellectuele dimensie*, waar de nadruk ligt op de theoretische en kunsthistorische context van het kunstwerk. De vierde dimensie is de *communicatieve dimensie*, waar het kunstwerk wordt gezien als middel (voor de toeschouwer) om te communiceren met de kunstenaar en/of de cultuur waarin het kunstwerk is gecreëerd. Bij deze vierde dimensie kan het kunstwerk ook gezien worden als een middel, voor de toeschouwer, om een dialoog aan te gaan met zichzelf.¹¹⁶ Eversmann hanteert dezelfde vier dimensies in zijn onderzoek, maar hij maakt wel duidelijk dat er verschillende subcategorieën bestaan binnen deze vier dimensies. Daarnaast geeft hij aan dat de esthetische ervaring zeer lastig te definiëren is, omdat toeschouwers hebben aangegeven gebruik te maken van meerdere dimensies bij de esthetische ervaring.¹¹⁷ Ook Miranda Boorsma heeft de theorie van Csikszentmihalyi en Robinson over de *flow experience* gebruikt, in het zesde hoofdstuk zal deze theorie meer toegepast worden op theater en kunstmarketing.

In het onderzoek gedaan door Csikszentmihalyi en Robinson werden experts op het gebied van beeldende kunst geïnterviewd over de esthetische ervaring. Om dit onderzoek te evenaren interviewde Eversmann experts op het gebied van theatrale kunsten. Deze experts waren gevorderde studenten Theaterwetenschap van de Universiteit van Amsterdam.¹¹⁸ Aan de hand van de ervaringen van deze studenten kon Eversmann een beschrijving geven van de theatrale ervaring. Eversmann benadrukt dat hoewel een voorstelling zich geïsoleerd in tijd/en of plaats afspeelt, de theatrale ervaring voor de toeschouwer niet stopt na beëindiging van de *performance* of voorstelling.¹¹⁹ Dit is tevens een belangrijk verschil met de

¹¹³ In 1990 publiceerden Csikszentmihalyi en Robinson het boek *The Art of Seeing: An Interpretation of the Aesthetic Encounter* hier gaan ze in op de esthetische ervaring toegepast op de beeldende kunsten. Eversmann 2004: 137 en zie noot 102.

¹¹⁴ Csikszentmihalyi en Robinson 1990.

¹¹⁵ Eversmann 2004: 146.

¹¹⁶ Ibidem.

¹¹⁷ Ibidem: 147.

¹¹⁸ Ibidem: 149.

¹¹⁹ Eversmann 2004: 159 en Beckerman 1979: 7.

esthetische ervaring van de beeldende kunsten. In het onderzoek van Eversmann komt naar voren dat de eerste tien tot vijftien minuten cruciaal zijn in de vorming van het waardeoordeel van de toeschouwer. In deze tijd vormt de toeschouwer zijn mening over de theatrale gebeurtenis, en ook of de beleving van de theatrale gebeurtenis de potentie heeft om een unieke ervaring te zijn.¹²⁰ Na de eerste tien tot vijftien minuten, kan de mening van de toeschouwer echter enigszins veranderen. Dit heeft ook te maken met het feit dat het doorgaans voor de toeschouwer niet is toegestaan om een voorstelling vroegtijdig te verlaten. Daarom wordt de toeschouwer in zekere zin gedwongen naar het toneelstuk te blijven kijken, waardoor de mening van de toeschouwer in de loop van het toneelstuk kan veranderen. Eversmann's conclusie is echter dat de mening van de toeschouwer zelden enorm afwijkt van de mening die hij in de eerste tien tot vijftien minuten heeft gevormd. De waardering voor een toneelstuk door de toeschouwer na afloop van de voorstelling, hangt af van de vraag of de toeschouwer de voorstelling als een samenhangend geheel kan zien. Het is zodoende bepalend of hij de theatrale gebeurtenis als een logisch geheel ziet en die daarmee voor zichzelf tot een sluitend geheel kan brengen.¹²¹ De toeschouwer laat de waardering voor een toneelstuk afhangen van de vraag in hoeverre dat lukt.¹²² Wanneer het de toeschouwer lukt om de theatrale gebeurtenis als een logisch geheel te zien, dan wordt de theatrale ervaring doorgaans beter gewaardeerd en blijft de theatrale ervaring de toeschouwer beter bij.¹²³

2.3 De beleving van postdramatisch theater

Bij een theatrale gebeurtenis wordt de toeschouwer overladen met tekensystemen, waarbij de toeschouwer het als zijn doel ziet om deze tekens samen te voegen tot een samenhangend geheel. Wanneer de vaardigheid van de toeschouwer toereikend genoeg is om de theatrale gebeurtenis tot een samenhangend geheel te brengen, kan hij een voldaan en tevreden gevoel krijgen.¹²⁴ Daarnaast vinden veel toeschouwers het ook belangrijk dat er sprake is van een vorm van communicatie tussen hen en de acteurs.¹²⁵ Dat wil zeggen dat de toeschouwer in zekere zin kan begrijpen waarom de acteur op een bepaalde manier handelt, waardoor de toeschouwer het toneelstuk beter kan begrijpen en zo meer waardeert.¹²⁶ Op dit gebied kan er sprake zijn van een grote frictie tussen het postdramatisch theater en het theaterpubliek, aangezien het voor theaterpubliek blijkbaar belangrijk is om

¹²⁰ Eversmann 2004: 159.

¹²¹ Ibidem.

¹²² Ibidem.

¹²³ Ibidem.

¹²⁴ Ibidem: 163.

¹²⁵ Ibidem.

¹²⁶ Ibidem: 163.

een voorstelling te kunnen begrijpen. Het publiek wil de voorstelling immers als een samenhangend geheel zien, en om hierin te kunnen slagen moet het publiek kunnen begrijpen waarom de acteurs op een bepaalde manier handelen. Bij een klassieke dramatische structuur kan het voor de toeschouwer relatief eenvoudig zijn om de handelingen te begrijpen. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat de handelingen binnen een klassieke dramatische structuur logischer en daardoor ook beter te begrijpen zijn. Met postdramatisch theater is de klassieke dramatische structuur verworpen, waardoor het voor het publiek moeilijker is om de voorstelling als een samenhangend geheel te zien en het ook lastiger is om de handelingen van de acteurs te begrijpen. Dit heeft onder andere te maken met de elf kenmerken van postdramatisch theater van Lehmann.¹²⁷ Zo zijn het overladen van het publiek met theatrale tekens en het creëren van verwarring onder het publiek belangrijke elementen van postdramatisch theater. Deze twee elementen maken het op zichzelf voor het publiek al lastig om een voorstelling te begrijpen en als een samenhangend geheel te zien. Bovendien kunnen ook andere kenmerken meespelen. Als de theorie van Eversmann wordt toegepast op postdramatisch theater dan kan worden gesteld dat het publiek minder voldoening kan halen uit een postdramatisch toneelstuk, omdat het lastiger is om het te begrijpen en het als een logisch geheel te zien. Daardoor kan het publiek voor postdramatisch toneel minder waardering opbrengen, dan voor klassiek dramatisch toneel. Dat wil niet zeggen dat het Nederlandse theaterpubliek niet geïnteresseerd is in postdramatisch toneel. Postdramatisch toneel vergt echter meer competentie van het theaterpubliek om het goed te begrijpen en als een logisch geheel te zien.

Een van de manieren om postdramatisch theater toegankelijk te maken voor een breder publiek zou kunnen worden bereikt door het publiek actief te ondersteunen in het begrijpen van het toneelstuk zodat het als een logisch geheel kan worden gezien. Daarnaast zou het baat kunnen hebben om op enkele motieven, die belangrijk zijn voor de bezoekers van postdramatisch theater, in te spelen. Het is echter de vraag op welke manier dat het beste zou kunnen. In het hoofdstuk zes zal worden bezien of toegepaste kunstmarketing daarin een rol zou kunnen spelen.

2.4 De motieven het het theaterpubliek

In de vorige paragrafen zijn achtereenvolgens de theatrale gebeurtenis, de dramatische constructie, de spelhandeling en de beleving van de (postdramatische) theatrale gebeurtenis beschreven. Aan de hand van deze beschrijvingen is het duidelijk wat de theatrale gebeurtenis precies is, hoe deze theatrale gebeurtenis is opgebouwd en hoe toeschouwers deze theatrale gebeurtenis ervaren. Om te kunnen begrijpen waarom het theaterpubliek besluit een bezoek te brengen aan het theater zullen in deze paragraaf kort enkele

¹²⁷ Zie noot 63.

motivaties van het theaterpubliek worden beschreven en worden gezien of en in hoeverre deze van toepassing zijn op postdramatisch theater.

In zijn studie uit 1992 (*Expanding the audience for the performing arts*) toonde Alan Andreasen aan dat een gebrek aan motivatie een van de drempels is waarom het publiek besluit geen bezoek te brengen aan podiumkunsten.¹²⁸ Op het gebied van publieksmotivatie en met name publieksmotivatie voor de podiumkunsten is in de afgelopen jaren zeer weinig onderzoek gedaan, waardoor dit onderzoeksgebied erg onderontwikkeld is. Naar publieksmotivatie heeft Pieter de Rooij met zijn proefschrift *Customer loyalty to performing arts venues. Between routines and coincidence* onderzoek gedaan. In dit proefschrift concludeert de Rooij aan de hand van een uitgebreid onderzoek dat er geen consensus bestaat over het categoriseren, conceptualiseren en operationaliseren van theorieën van en onderzoek naar publieksmotivatie.¹²⁹ Bij gebrek aan een eenduidige theorie formuleert de Rooij aan de hand van literatuuronderzoek acht consumptiemotieven voor bezoek aan de podiumkunsten. Deze motieven zijn: esthetiek, cognitieve stimulatie, reductie, transcendentie, sociale binding, onderscheid, entertainment en variëteit en vernieuwing.¹³⁰

Met het eerste motief, *esthetiek*, doelt de Rooij op het directe plezier of genot dat de schoonheid (esthetiek) van het kunstwerk kan oproepen door de zintuigen van de toeschouwer te prikkelen. Het blijkt dat hoe groter de behoefte van de toeschouwer aan esthetiek, des te vaker hij of zij een bezoek zal brengen aan het theater. Volgens de Rooij heeft dit motief ook invloed op de loyaliteit van de toeschouwer.¹³¹

Het tweede motief is *cognitieve stimulatie*.¹³² Bij dit motief draait het om verrijking en het vergroten van de kennis van de toeschouwer. Voor het meer ervaren en frequent bezoekende theaterpubliek¹³³ is dit motief van invloed op de loyaliteit. Voor het incidentele publiek is cognitieve stimulatie echter minder belangrijk.

Reductie is het derde motief. Dit motief hangt samen met gevoelens van (mentaal) herstel en een manier om te ontsnappen aan dagelijkse beslommingen.¹³⁴ Een toneelstuk kan voor de toeschouwer een middel zijn om rust te vinden en het krijgen van nieuwe energie.

¹²⁸ Andreasen 1992: 9.

¹²⁹ De Rooij 2013: 38.

¹³⁰ Ibidem.

¹³¹ Ibidem.

¹³² Ibidem: 39.

¹³³ Voor bezoekers is de volgende definitie gehanteerd, bezoekers hebben minimaal eenmaal in het afgelopen jaar een voorstelling bezocht. Binnen deze bezoekers bestaat een onderscheid tussen incidentele bezoekers (die één voorstelling in de afgelopen twaalf maanden hebben bezocht), onregelmatige bezoekers (die twee tot drie keer in de afgelopen twaalf maanden een voorstelling hebben bezocht) en frequente bezoekers (die vier keer of vaker in de afgelopen twaalf maanden). Foekema 2008: 2 en De Rooij 2013: 39.

¹³⁴ De Rooij 2013: 39.

Volgens de Rooij is dit motief erg belangrijk voor bezoekers van podiumkunsten in het algemeen.¹³⁵

Het vierde motief is *transcendentie* en is gerelateerd aan de spirituele individuele ervaring van de toeschouwer.¹³⁶ Zo krijgt de toeschouwer tijdens een toneelstuk de kans om '[...] *to break loose and to rise in this world, experiencing extraordinary states of being*'.¹³⁷ Dit motief is verwant aan de eerder genoemde *flow experience* van Csikszentmihalyi en Robinson.¹³⁸

Sociale binding is het vijfde motief en draait om de collectieve ervaring.¹³⁹ Met het bezoeken van een voorstelling wordt in feite een soort gemeenschap gecreëerd, tussen acteurs onderling, de toeschouwers onderling en tussen de acteurs en de toeschouwers.¹⁴⁰

Het zesde motief is *distinctie* (status of sociale discriminatie).¹⁴¹ Met dit motief wordt het bezoeken van een toneelstuk gezien als een middel van de toeschouwer om zich te onderscheiden van de rest. Het bezoeken van een toneelstuk als distinctief middel is nauw verwant aan de theorie van Bourdieu over distinctie.¹⁴² Zo kan het bezoeken van een toneelstuk een manier zijn om de juiste indruk te maken bij of een vereiste te zijn voor het horen bij een bepaalde sociale groep. Hoewel dit een motief van sommige theaterbezoekers kan zijn, kan dit motief ook eventuele theaterbezoekers afschrikken. Volgens de Rooij zijn theaterbezoekers vaker hoogopgeleiden met een hoog salaris, waardoor theater vaak het stempel 'elitair' krijgt. Hierdoor kan toekomstig publiek afgeschrikt worden en zich niet welkom voelen.¹⁴³ Hoewel het motief distinctie juist bepaalde groepen kan aantrekken, kan het daarom ook potentieel geïnteresseerd publiek afschrikken.

Het zevende motief is *entertainment*. Bij dit motief draait het om plezier, vermaak en genot.¹⁴⁴ Hoewel dit motief overeenkomsten vertoont met het eerste motief, esthetiek, draait het bij entertainment vooral om '[...] *to have a good time and to be amused*'.¹⁴⁵

Variëteit en vernieuwing is het achtste motief en is verwant aan het tweede motief (cognitieve stimulatie).¹⁴⁶ De nadruk ligt bij dit motief meer op het verwerven van nieuwe

¹³⁵ De Rooij 2013: 39.

¹³⁶ Ibidem: 40.

¹³⁷ Ibidem.

¹³⁸ Zie noot 112.

¹³⁹ Ibidem.

¹⁴⁰ Ibidem.

¹⁴¹ De Rooij 2013: 40.

¹⁴² Bourdieu 1986.

¹⁴³ De Rooij 2013: 41.

¹⁴⁴ Ibidem.

¹⁴⁵ Ibidem: 41

¹⁴⁶ Ibidem.

informatie en op het beleven van nieuwe en met name originele ervaringen.¹⁴⁷ Hoewel dit een belangrijk motief is voor het frequent bezoekende theaterpubliek, stimuleert dit motief ook zoals de Rooij dat noemt '[...] *polygamous loyalty*' (polygame loyaliteit). Want, wanneer het publiek op zoek is naar nieuwe ervaringen zoekt het ook nieuwe situaties en theaters op en is daarmee niet in het bijzonder trouw aan één theater.¹⁴⁸

De bovengenoemde motieven zijn volgens de Rooij de motieven van het publiek om een bezoek te brengen aan de podiumkunsten. Hoewel er niet specifiek onderzoek is gedaan naar de motieven van het Nederlandse theaterpubliek dat een bezoek brengt aan postdramatisch toneel, kunnen de bovengenoemde motieven van toepassing zijn op het theaterpubliek dat een bezoek brengt aan postdramatisch theater in Nederland. In een onderzoek gedaan door TNS Nipo in 2007 is er gevraagd naar gevoelens die toneelvoorstellingen wisten op te roepen bij theaterbezoekers.¹⁴⁹ Deze gevoelens werden omschreven als 'onderhoudend', 'boeiend' en 'verassend'.¹⁵⁰ Deze drie woorden zijn in feite verwant aan de motieven cognitieve stimulatie, transcendentie en variëteit en vernieuwing. Daarom kan gesteld worden dat deze motivaties een rol spelen bij bezoekers van het genre toneel in Nederland. Onlangs werd in het kader van een onderzoeksstage voor het theatergezelschap Nachtgasten een onderzoek gedaan naar onder andere de verwachtingen van het bezoekende theaterpubliek. In de door het publiek gegeven antwoorden zijn enkele van door de Rooij beschreven motivaties in terug te vinden, waaronder cognitieve stimulatie, sociale binding, entertainment en variëteit en vernieuwing.¹⁵¹ Het theater van Nachtgasten is geen postdramatisch theater, maar net zoals het onderzoek van TNS NIPO uit 2007 geeft het een beeld van de motieven en verwachtingen van het Nederlandse theaterpubliek.

Hoewel nog niet een soortgelijk onderzoek is gedaan naar postdramatisch toneel, kunnen enkele kenmerken van postdramatisch theater aan enkele door de Rooij geformuleerde motieven worden gekoppeld. De motivatie variëteit en vernieuwing sluit goed aan bij postdramatisch theater. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat postdramatisch theater op iedere mogelijke manier probeert te breken met klassiek dramatische theater. Postdramatisch theater kan daarom gezien worden als vernieuwend theater en omdat er feitelijk geen regels zijn voor het presenteren van de theatrale tekens (denk bijvoorbeeld aan

¹⁴⁷ De Rooij 2013: 41.

¹⁴⁸ Ibidem: 42-43.

¹⁴⁹ Foekema 2008.

¹⁵⁰ Ibidem: 28.

¹⁵¹ Voor het theatergezelschap Nachtgasten heb ik in het kader van een onderzoeksstage een publieksonderzoek gedaan. In dit publieksonderzoek werd onder meer gevraagd naar de verwachtingen van het publiek. Het meest voorkomende antwoord was '[...] een leuke avond', gevolgd door een '[...] een verrassende avond'. Ook werd gevraagd Nachtgasten in één zin te omschrijven en hiervoor werd het woord 'spannend' het meeste gebruikt. Myjer: 7.

*parataxis, gelijktijdigheid, spelen met tekendichtheid en overvloed*¹⁵²), is iedere postdramatische voorstelling verschillend en brengt daarmee genoeg variatie. Het motief sociale binding zou tevens een belangrijk motief voor bezoekers van postdramatisch theater kunnen zijn. Dit heeft te maken met Lehmann's tiende en elfde kenmerk van postdramatisch theater, respectievelijk '*irruption of the real*' en de *gebeurtenis*. Met beide kenmerken wordt contact gezocht met het publiek, ieder kenmerk op een andere manier. Zo legt het elfde kenmerk, de gebeurtenis, de nadruk op de toeschouwers. De toeschouwers 'maken' met dit kenmerk de theatrale gebeurtenis af en vaak vindt als onderdeel van dit kenmerk publieksparticipatie plaats en wordt tijdens de voorstelling (zowel direct als indirect) ingegaan op de aanwezigheid van het publiek.¹⁵³ Hierdoor wordt er met postdramatisch theater een unieke sociale binding gecreëerd, zowel tussen de toeschouwers onderling, als tussen de toeschouwers en de acteurs. Voor sommige postdramatische toneelstukken kan de motivatie distinctie gelden. Zo bestaan er postdramatische voorstellingen en gezelschappen die men gezien moet hebben. Een voorbeeld daarvan zijn de voorstellingen van (in deze scriptie behandelde) Abattoir Fermé, '[...] de gedachte heerst onder het publiek dat iedereen eigenlijk wel één keer in zijn leven een voorstelling van Abattoir Fermé gezien moet hebben'.¹⁵⁴ Zo waren de meest recente voorstellingen van dit gezelschap in het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond uitverkocht.¹⁵⁵ Omdat postdramatisch theater niet per definitie makkelijk en toegankelijk theater is, kan het voor een selecte groep bezoekers als distinctief middel gelden. Afhankelijk van de (visuele) vorm en uitgangspunt kunnen de motieven esthetiek en cognitieve stimulatie een motief zijn voor bezoekers aan postdramatisch theater. Wanneer de nadruk meer ligt op het visuele (zoals bij Abattoir Fermé) zal het motief esthetiek voor het theaterpubliek zwaarder wegen, maar wanneer de nadruk meer ligt op het tekstuele of literaire (zoals bij SKaGeN en tg STAN) dan zal de nadruk meer liggen op de cognitieve stimulatie.

Omdat naar de bezoekmotieven van bezoekers van postdramatisch theater (nog) geen empirisch onderzoek is gedaan, kan enkel aan de hand van literatuurstudie de mogelijke specifieke bezoekersmotieven van bezoekers van postdramatisch theater worden gedefinieerd. Toch geven de acht door de Rooij geformuleerde motieven inzichten die ook voor het duiden van de motieven voor bezoek aan postdramatisch theater belangrijk zijn.

In de volgende hoofdstukken zal aandacht worden besteed aan de bezoekersaantallen van toneel in Nederland en bezoekersaantallen van Vlaams postdramatisch toneel. In het volgende hoofdstuk zijn de bezoekersaantallen van toneel in Nederland aan de hand van de

¹⁵² Zie noot 62.

¹⁵³ Lehmann 2006: 104.

¹⁵⁴ Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014 en zie § 5.2.1.

¹⁵⁵ De voorstelling *Ghost* was in november 2013 uitverkocht in de Brakke Grond en de voorstelling *Lizzie Borden* was in januari 2014 uitverkocht in de Brakke Grond.

rapporten van de VSCD bestudeerd, dit om een beeld te krijgen van de
publieksbelangstelling voor toneel in Nederland in het algemeen.

3. De staat van toneel in Nederland: theaterbestel en toneelbezoek

3.1 Een schets van het Nederlandse theaterbestel

De ontwikkeling van het Nederlandse theaterlandschap in de twintigste en eenentwintigste eeuw kan bewogen worden genoemd. Omdat deze scriptie niet de ruimte kent om op de integrale ontwikkeling van het Nederlandse theaterbestel in te gaan, zal slechts aan de hoogtepunten van deze ontwikkeling aandacht worden besteed.

De eerste stappen in de richting van het Nederlandse theaterbestel zoals we dat vandaag de dag kennen, werden meer dan veertig jaar geleden gezet, namelijk op 4 november 1969. Twee studenten van de Amsterdamse Toneelschool gooiden op deze datum na afloop van het toneelstuk *De Storm* van Shakespeare door de Nederlandse Comedie tomaten naar de acteurs op het toneel. Met dit protest was Aktie Tomaat geboren.¹⁵⁶ De tomaatgooiers vonden de spelopvatting van de grote toneelgezelschappen 'achterhaald en ongeïnspireerd'.¹⁵⁷ Aktie Tomaat was het begin van een reeks gebeurtenissen die grote veranderingen zouden veroorzaken in het Nederlandse theaterbestel. Zo werden uiteindelijk de gezelschappen de Nederlandse Comedie en het Nieuw Rotterdams Toneel opgeheven en vond er een herverdeling van subsidiegelden plaats onder een groot aantal toneelgezelschappen.¹⁵⁸ Het duurde bijna twintig jaar voordat de beoogde veranderingen van Aktie Tomaat, waaronder een eerlijker en kwalitatief hoogstaander theaterbestel met meer engagement, compleet waren gerealiseerd.¹⁵⁹ Er ontstond tevens een nieuwe theaterstroming, die het acteurstheater of vormingstheater werd genoemd.¹⁶⁰ De vernieuwingen binnen het theaterlandschap leidden namelijk tot een nieuwe vorm van acteren, die bestond uit een nietsverhullende acteerstijl waarbij het vaak onduidelijk was wanneer de acteur begon of eindigde met spelen. Met deze nieuwe stroming werd de toeschouwer uitgenodigd tot een actievere kijkhouding, waardoor de communicatie met het publiek steeds belangrijker werd.¹⁶¹ Toneel werd hierdoor niet langer 'een gezellig avondje' uit waarbij een klassiek dramatisch verhaal werd gespeeld door steracteurs. Veel schouwburgdirecteuren waren het ondertussen niet eens met deze ontwikkeling en vonden dat het theater te veel over theater ging en verworden was tot een kunstvorm die enkel interessant was voor ingewijden.¹⁶² Dit acteurstheater of vormingstheater kan vergeleken

¹⁵⁶ Meyer 1994: 8.

¹⁵⁷ Ibidem.

¹⁵⁸ Van den Hoogen 2013: 1130.

¹⁵⁹ Krans 2010.

¹⁶⁰ Krans 2010 en Van den Hoogen: 1130.

¹⁶¹ Krans 2010.

¹⁶² Ibidem.

worden met postdramatisch theater. Hoewel deze term pas enkele jaren later, in 1999, door Hans-Thies Lehmann werd gemunt, kan wel gesteld worden dat het theater in Nederland na tomaat postdramatisch van aard is.¹⁶³

Het aantal door de Rijksoverheid gefinancierde theatergroepen nam enorm toe na Aktie Tomaat. Midden jaren tachtig vond er echter een omwenteling plaats. Veel van de maatschappijkritische theatergezelschappen, die het licht zagen na Aktie Tomaat, werden in deze periode opgeheven. Deze gezelschappen waren over hun hoogtepunt heen en zonder subsidie niet levensvatbaar.¹⁶⁴ De Raad van Cultuur deed in februari 1982 de uitspraak dat er sprake was van een creatieve impasse op artistiek gebied.¹⁶⁵ Zodoende werd er besloten om een aantal theatergezelschappen geen subsidie meer toe te kennen. In een poging om het vormingstheater van na Aktie Tomaat nieuw leven in te blazen ontstond er in deze periode een nieuwe stroming in het Nederlandse theaterlandschap, dat het vlakkevloertheater wordt genoemd.¹⁶⁶ De theatergezelschappen die deze richting opgingen, zochten direct contact met het publiek door te spelen voor een klein aantal toeschouwers op een niet verhoogd podium.¹⁶⁷

Het totale subsidiebedrag van de Rijksoverheid nam in de laatste decennia van de vorige eeuw aanzienlijk toe. In 1976 verstrekke de Rijksoverheid 21 miljoen gulden aan het produceren van toneelproducties in Nederland. In de kunstenplanperiode van 1997-2000 was dit bedrag gestegen naar 80 miljoen gulden.¹⁶⁸ In 1998 bracht de Vereniging van Nederlandse Theatergezelschappen en -producenten (VNT) een pamflet uit met de titel 'De toekomst van het Nederlandse toneelbestel' en noemde het Nederlandse toneelbestel '[...] stuurloos'.¹⁶⁹ Enkele jaren later, in 2000, werd dit probleem uitgebreid besproken in de Tweede Kamer en werd besloten dat het theaterbestel te behoudend was en een te grote versnippering van middelen kende.¹⁷⁰ Deze discussies zorgden ervoor dat enkele grote stelselwijzigingen werden doorgevoerd, die uiteindelijk uitmondde in de ingrijpende herzieningen die met het subsidieplan *Kunst van het Leven* in 2009 werden ingevoerd.¹⁷¹ De grootste veranderingen waren het instellen van de Basisinfrastructuur (BIS), het Nederlandse Fonds voor Podiumkunsten+ (NFPK+) en de stadsgezelschappen.¹⁷²

¹⁶³ We zien immers onder andere een actieve rol van de toeschouwer en een '*irruption of the real*'. Lehmann 2006: 100 en zie noot 63.

¹⁶⁴ Van den Hoogen 2013: 1132.

¹⁶⁵ Ibidem.

¹⁶⁶ Ibidem: 1133.

¹⁶⁷ Ibidem.

¹⁶⁸ Ibidem.

¹⁶⁹ Ibidem: 1147.

¹⁷⁰ Ibidem.

¹⁷¹ Ibidem: 1148.

¹⁷² Ibidem: 1158 en Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap 2004: 29-30 en 38.

Met de invoering van de BIS werd een van de belangrijkste wijzigingen van het Nederlandse theaterbestel van de afgelopen tien jaar ingevoerd. Naar voorbeeld van het Duitse theatersysteem werd het voor enkele theatergezelschappen mogelijk om voor vier jaar subsidie te ontvangen.¹⁷³ Negen Nederlandse theatergezelschappen werden opgenomen in de BIS, waarvan acht de titel stadsgezelschap kregen en één tot Friestalig gezelschap werd benoemd.¹⁷⁴ Naast de financiering van theatergezelschappen moest de BIS zorgen voor de doorstroming van de podiumkunstenaar in Nederland. Eerst volgt de podiumkunstenaar een opleiding gefinancierd vanuit de BIS, vervolgens zal de (net afgestudeerde) podiumkunstenaar een plek vinden bij een, door de BIS gefinancierd, productiehuis of werkplaats en uiteindelijk een vast contract krijgen bij een van de in de BIS opgenomen theatergezelschappen.¹⁷⁵ Met de invoering van de BIS wilde men de wildgroei aan jonge vernieuwende theatergezelschappen tot een stilstand brengen. Zo werd het niet meer mogelijk voor net afgestudeerden, die een gezelschap wilden vormen, subsidie aan te vragen. Wel konden net afgestudeerden hun ‘talent’ ontwikkelen bij een werkplaats of productiehuis.¹⁷⁶ De theatergezelschappen die geen subsidie kregen vanuit de BIS konden een project- of meerjarensubsidie aanvragen bij het NFPK+. Dit fonds kwam tot stand na een fusie van het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten (FAPK), het Fonds voor Podium Programmering en Marketing (FPPM) en het Fonds voor de Scheppende Toonkunst (FST).¹⁷⁷

Hoewel de subsidies voor kunst en cultuur in Nederland in de afgelopen tien jaar steeds minder werden, kwamen de plannen om met de subsidieperiode 2013-2016 de subsidies nog drastischer te verlagen, toch redelijk onverwacht. ‘Meer binding met het publiek, minder afhankelijkheid van de subsidies’ werd het mantra van het kabinet.¹⁷⁸ Dit motto had voornamelijk een financieel motief, daar het kabinet enorme bezuinigen diende door te voeren, en betekende dat het Nederlandse toneelbestel in zijn toenmalige staat noodgedwongen hervormd moest worden. Hoewel de BIS bleef bestaan, weliswaar met acht in plaats van negen theatergezelschappen, pakte het voor veel andere (jeugd)theatergezelschappen en productiehuizen een stuk slechter uit.¹⁷⁹ Het is de vraag of het Nederlandse postdramatische theater van na Aktie Tomaat deze hervormingen zal overleven, aangezien postdramatisch theater niet het binnenhalen van publiek centraal stelt,

¹⁷³ Krans 2010.

¹⁷⁴ De stadsgezelschappen: Het Zuidelijk Toneel, Het Nationale Toneel, Noord Nederlands Toneel, Paardenkathedraal, Toneelgroep Oostpool, RO Theater, Toneelgroep Amsterdam, Theatergroep Het Vervolg en Tryater. Zie: cultuursubsidie.nl, 2013. Web. 15 nov. 2013 en Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap 2004: 29-30.

¹⁷⁵ Krans 2010.

¹⁷⁶ Ibidem.

¹⁷⁷ Van den Hoogen 2013: 1157.

¹⁷⁸ Zie: cultuursubsidie.nl, 2013. Web. 15 nov. 2013.

¹⁷⁹ Alleen theatergroep Het Vervolg werd in deze subsidieperiode niet opgenomen in de BIS. Zie: cultuursubsidie.nl, 2013. Web. 15 nov. 2013.

zoals deze hervormingen dat wensen, maar het al binnengehaalde publiek wenst te verwarren, prikkelen en ontwrichten.

3.2 Publieke belangstelling voor toneel in Nederland (cijfers van de VSCD)

In de afgelopen decennia zijn bezoekersaantallen voor theater en met name toneel behoorlijk veranderd. Wim Knulst concludeerde in 1995 met het onderzoek *Podia in een tijdperk van afstandsbediening* dat tijdens de opkomst van de televisie in de jaren '60 het publieksbezoek bij theater en toneel afnam.¹⁸⁰ Eén van de belangrijkste oorzaken daarvan lag in het feit dat het publiek ineens een groter aanbod van vrijetijdsbesteding tot zijn beschikking had.¹⁸¹ Zodoende verschoof de aandacht van de lager opgeleiden van de traditionele kunstvormen, zoals het gesubsidieerde toneel, naar nieuwe vrijetijdsbestedingen zoals de televisie.¹⁸² Het publiek dat trouw bleef aan de meer traditionele kunstvormen bestond vooral uit hoger opgeleiden in de grotere steden van Nederland. Dit publiek bracht 'meerdere keren per jaar' een bezoek aan het theater.¹⁸³ Het onderzoek van Knulst is inmiddels iets verouderd en dateert nog uit een tijd voordat de meeste mensen een laptop, computer, tablet of smartphone tot hun beschikking hadden. Men vermoedt overigens dat deze tweede mediagolf ook heeft gezorgd voor een afname bij het publieksbezoek van de meer traditionele kunstvormen. Er is echter recent niet een soortgelijk onderzoek uitgevoerd om dit te bevestigen.

De vraag is of in de afgelopen tien jaar het aantal toneelvoorstellingen en de publieksopkomst bij toneel in Nederland weer is veranderd. Om hier een antwoord op te vinden zal hieronder naar de cijfers uit de jaarlijkse rapporten van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) worden gekeken.

Sinds 1996 verzamelt de VSCD de bedrijfsgegevens van haar leden. De leden van de VSCD zijn gespecialiseerd in het presenteren van podiumkunsten en zijn onder andere vlakkevloertheaters, concertzalen, schouwburgen en festivals.¹⁸⁴ De helft van de aangesloten podia zijn gevestigd in het Westen van Nederland, waar tevens de meeste optredens en bezoeken plaatsvinden.¹⁸⁵ Het zuiden en het oosten van Nederland representeren ieder 20% van het totaal aantal podia, waarbij het bezoekersaantal in het

¹⁸⁰ Knulst 1995: 46.

¹⁸¹ Ibidem.

¹⁸² Ibidem: 57.

¹⁸³ Ibidem: 111.

¹⁸⁴ Kleingeld 2012: 5.

¹⁸⁵ Het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond, de Verkadefabriek en Plaza Futura zijn lid van de VSCD. De Toneelschuur en het Grand Theatre zijn niet lid van de VSCD. Zie: vscd.nl, 2014. Web 26 mei 2014 en Kleingeld 2012: 6.

zuiden net iets hoger ligt dan in het oosten van het land.¹⁸⁶ De VSCD houdt van haar leden bij hoeveel mensen een bezoek hebben gebracht aan toneel en hoeveel toneelvoorstellingen er jaarlijks te zien zijn. De VSCD schat dat zij een marktaandeel van circa 55% vertegenwoordigd van het totaal aantal voorstellingen en concerten in Nederland, en dat zij 65% van het totale theater- en concertbezoek in Nederland representeert.¹⁸⁷

3.3 Analyse

Over de periode 2002 tot en met 2012 hebben zich geen grote veranderingen voorgedaan in het totaal aantal toneelvoorstellingen van de VSCD podia in Nederland. Het totale percentage toneelvoorstellingen ten opzichte van het totale aanbod podiumkunsten van de VSCD heeft in deze periode rond de twintig procent gelegen. Het grootste verschil deed zich voor tussen 2003 en 2004. In 2003 bestond 20% van het totale aanbod podiumkunsten van de VSCD uit toneel, terwijl in 2004 dat percentage was gestegen met drie procent, naar 23%. In 2005 steeg het percentage met nog één procent, naar 24%. Het jaar daarop, in 2007, was het percentage het hoogste percentage in tien jaar tijd, namelijk 25%.¹⁸⁸ Na 2007 nam het percentage geleidelijk af, waarna in 2009 en 2010 het percentage 22% was. In 2011 steeg het percentage met één procent, naar 23%, een percentage dat tot en met 2012 onveranderd bleef.

Percentage toneelvoorstellingen van het totale aanbod podiumkunsten van VSCD-podia in Nederland in percentages.¹⁸⁹

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
21%	20%	23%	24%	24%	25%	23%	22%	22%	23%	23%

We kunnen dus stellen dat het percentage toneelvoorstellingen, ten opzichte van het totale aanbod podiumkunsten van de VSCD podia in de afgelopen tien jaar vrijwel gelijk is gebleven, met een stijging of daling van een paar procent. Het percentage toneelvoorstellingen van VSCD podia in Nederland is, in vergelijking met andere vormen van podiumkunsten, vrij groot. Zo bestond in 2007, 25% van het totale aanbod van VSCD podia uit toneel en 14% van het totale aanbod uit concerten populaire muziek.¹⁹⁰

¹⁸⁶ Kleingeld 2012: 5.

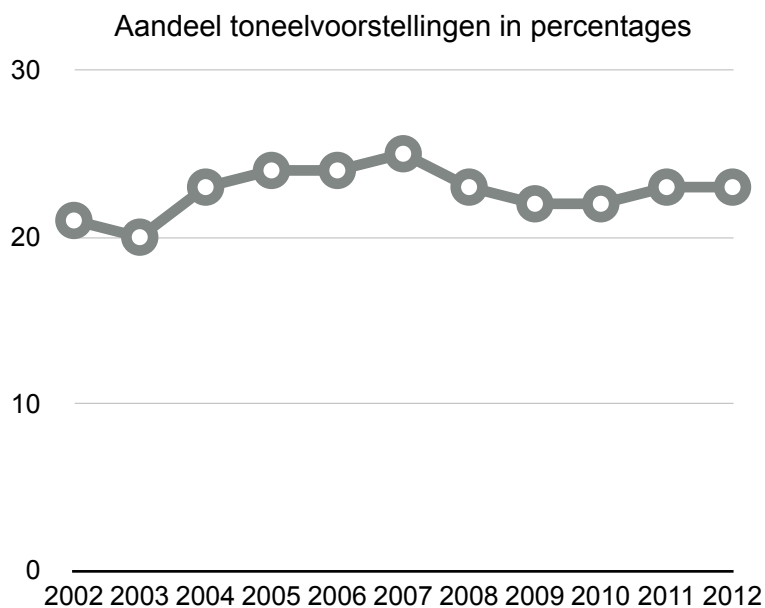
¹⁸⁷ Ibidem.

¹⁸⁸ Van den Berg 2008: 7.

¹⁸⁹ Van den Berg en Verhoeven 2002: 9, Van den Berg en Verhoeven 2003: 17, Van de Berg en Schans 2004: 6, Van de Berg en Schans 2005: 9, Van de Berg en Schans 2006: 10, Van den Berg 2007: 7, Van den Berg 2008: 7, Van den Berg 2009: 7, Van den Berg 2010: 6, Kleingeld 2011: 7 en Kleingeld 2012: 7.

¹⁹⁰ Van den Berg 2008: 7.

Hoewel het toneelaanbod van de VSCD-podia procentueel gezien in Nederland relatief groot is, is het percentage bezoekersaantallen in verhouding tot dit aanbod niet zo groot. Zo ligt de publieksopkomst bij concerten van populaire muziek hoger dan bij toneelvoorstellingen. In 2007 kwam bijvoorbeeld op de 25% van het toneelaanbod 11% publiek af, terwijl bij de 14% concerten populaire muziek 15% van het Nederlandse publiek aanwezig was. Het 'gevoel' dat men doorgaans heeft dat toneelvoorstellingen minder goed worden bezocht in verhouding tot andere vormen van podiumkunst, worden dan ook door de cijfers van de VSCD bevestigd. Hieronder in figuur 1 is het aandeel toneelvoorstellingen in percentages in een grafiek te zien. De figuur laat duidelijk zien dat het aandeel toneelvoorstellingen van de VSCD-podia rond de twintig procent lag in de periode 2002 tot en met 2012.



Figuur 1.

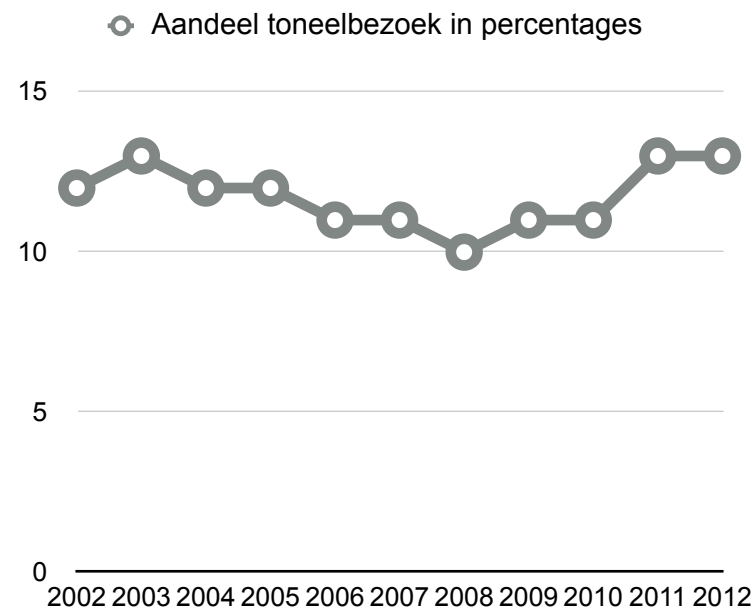
Ook het percentage publieksbezoek aan toneel is in de periode van 2002 tot en met 2012 niet aanzienlijk veranderd, met een gemiddelde van rond de tien procent. In 2002 was dit percentage 12%, in 2003 13%, om vervolgens in de daaropvolgende jaren te dalen. In 2008 was het percentage toneelbezoek het laagst met 10%.

Percentage toneelbezoek van het totale bezoek aan podiumkunsten van VSCD-podia in percentages in Nederland.¹⁹¹

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
12%	13%	12%	12%	11%	11%	10%	11%	11%	13%	13%

¹⁹¹ Van den Berg en Verhoeven 2002: 9, Van den Berg en Verhoeven 2003: 17, Van de Berg en Schans 2004: 6, Van de Berg en Schans 2005: 9, Van de Berg en Schans 2006: 10, Van den Berg 2007: 7, Van den Berg 2008: 7, Van den Berg 2009: 7, Van den Berg 2010: 6, Kleingeld 2011: 7 en Kleingeld 2012: 7.

Hieronder in figuur 2 is een grafiek te zien met het aandeel toneelbezoek in percentages, deze figuur toont tevens aan dat het toneelbezoek van de VSCD-podia rond de tien procent heeft gelegen in de periode 2002 tot en met 2012 en dat het percentage per jaar wisselend was.



Figuur 2.

Samenvattend kan aan de hand van de cijfers van de VSCD geconcludeerd worden dat zich in de periode 2002 tot en met 2012 geen grote veranderingen hebben voorgedaan bij het publieksbezoek en totaal aantal toneelvoorstellingen van VSCD-podia in Nederland.¹⁹² Omdat in het rapport van de VSCD geen onderscheid wordt gemaakt tussen buitenlands, Vlaams en Nederlands toneel, en de focus in deze scriptie op Vlaams toneel ligt, zal in de volgende hoofdstukken specifiek aandacht worden besteed aan Vlaams toneel in Nederland.

¹⁹² In bijlage 2A zijn twee tabellen te vinden die de absolute getallen van toneelbezoek en toneelvoorstellingen in de periode 2002 tot en met 2012 tonen.

4. Vlaams toneel in Nederland

Hoewel Vlaamse toneelgezelschappen niet bij ieder Nederlands theater op het programma staan, zijn er toch enkele theaters in Nederland die door de jaren heen Vlaams theater hebben getoond. Het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond in Amsterdam, de Toneelschuur in Haarlem, het Grand Theatre in Groningen, de Verkadefabriek in 's Hertogenbosch en Plaza Futura in Eindhoven zijn met name zeer consequent geweest in het plaatsen van Vlaams toneel in hun programmering. In deze theaters waren de gezelschappen tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé van 2002 tot en met 2012 regelmatig te zien. Zodoende zal in dit hoofdstuk worden gekeken naar de bezoekersaantallen van deze drie toneelgezelschappen bij genoemde vlakkevloertheaters in de periode 2002 tot en met 2012.¹⁹³

4.1 Bezoekersaantallen van het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond

Op 23 mei 1981 opende het Vlaams Cultureel Centrum de Brakke Grond haar deuren in Amsterdam.¹⁹⁴ De dubbele doelstelling van de Brakke Grond was bij de opening enerzijds de samenwerking en integratie bevorderen van gemeenschappelijke culturele activiteiten tussen Vlaanderen en Nederland, en anderzijds bijdragen aan de verspreiding en het bekend maken van Vlaamse kunst en cultuur in Nederland.¹⁹⁵ Bij de opening was de Brakke Grond voornamelijk een presentatieplek voor Vlaamse kunst.¹⁹⁶ Tegenwoordig worden er ook projecten georganiseerd waar Vlaamse en Nederlandse kunstenaars samenwerken. Het programma-aanbod van de Brakke Grond is in de afgelopen jaren steeds meer uitgebreid, waardoor ook het publiek van de Brakke Grond in de afgelopen jaren steeds diverser is geworden. Om een overzicht te geven van de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé in de Brakke Grond, zijn de gemiddelde bezoekersaantallen uitgerekend en in een tabel gezet.¹⁹⁷

¹⁹³ In bijlage 3F zijn de zaalcapaciteiten van de theaters te vinden.

¹⁹⁴ Rau, Elias en Stubbe 1992: 41.

¹⁹⁵ Ibidem.

¹⁹⁶ Ibidem.

¹⁹⁷ Een overzichtstabel van de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé is in bijlage 3H van deze scriptie te vinden.

Bezoekersaantallen gemiddeld in de Brakke Grond, met tussen haakjes het totaal aantal gespeelde voorstellingen

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SKa-GeN	82 (2)	-	-	44 (2)	56 (2)	64 (2)	78 (2)	62 (6)	-	-	47 (1)
tg STAN	72 (13)	66 (7)	91 (6)	84 (5)	143 (3)	85 (3)	107 (2)	29 (3)	88 (4)	-	-
Abattoir Fermé	-	-	42 (4)	87 (3)	70 (1)	-	66 (4)	72 (5)	82 (1)	-	111 (4)

De bezoekersaantallen waren voor zowel SKaGeN, tg STAN als Abattoir Fermé, in de periode 2002 tot en met 2012, per jaar verschillend.

Over het algemeen waren de bezoekersaantallen van tg STAN redelijk stabiel, met een enkele uitschieter naar boven of beneden. Het hoogste gemiddelde van tg STAN was in 2006 met 143 bezoekers voor drie voorstellingen. Het laagste gemiddelde was in 2009 met een gemiddelde van 29 bezoekers voor drie voorstellingen.

De bezoekersaantallen van SKaGeN waren iets stabiel, maar over het algemeen wat lager dan die van tg STAN. Het eerste jaar dat het toneelgezelschap in de Brakke Grond speelde, in 2002, was tevens hun best bezochte jaar met een gemiddelde van 82 bezoekers voor twee voorstellingen. De daaropvolgende jaren waren de bezoekersaantallen stabiel, maar minder hoog. Alleen 2008 kwam in de buurt van 2002, met een gemiddelde van 78 bezoekers voor twee voorstellingen.

Bij de bezoekersaantallen van Abattoir Fermé was in dezelfde periode een stijgende lijn te zien. In 2004, toen het toneelgezelschap voor het eerst in de Brakke Grond stond, lag het gemiddelde voor vier voorstellingen op 42 bezoekers. In het jaar daarop, in 2005, was het gemiddelde 87 bezoekers voor drie voorstellingen. Alleen in 2008 zakte het gemiddelde iets, naar 66 bezoekers voor vier voorstellingen. In de daaropvolgende jaren stegen de bezoekersaantallen weer en in 2012 was het gemiddelde het hoogste, met 111 bezoekers voor vier voorstellingen.

Deze aantallen laten zien dat zowel de bezoekersaantallen van SKaGeN als tg STAN wisselend waren, hoewel de bezoekersaantallen van tg STAN iets stabiel waren dan van SKaGeN. Alleen bij de bezoekersaantallen van Abattoir Fermé zat in de periode 2002 tot en met 2012 een stijgende lijn.

4.2 Bezoekersaantallen van de Toneelschuur

De Toneelschuur in Haarlem bestaat meer dan veertig jaar en heeft een traditie in het brengen van 'nieuw hedendaags repertoire'.¹⁹⁸ In de loop der jaren is de Toneelschuur

¹⁹⁸ Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

uitgegroeid tot een theater waar, volgens de directeur van de Toneelschuur Frans Lommerse, '[...] vormverkenkend en nieuw repertoire gemaakt en gepresenteerd wordt'.¹⁹⁹ De Toneelschuur staat volgens hem voor 'kwaliteit en vernieuwing en vooruitstrevend theater'.²⁰⁰

In de periode 2002 tot en met 2012 was tg STAN ieder jaar in de Toneelschuur te zien, SKaGeN al met al zes (doorbroken) jaar en Abattoir Fermé alleen in 2010. De bezoekersaantallen van SKaGeN over de jaren 2002 en 2005 zijn onbekend. Een duidelijke ontwikkeling, aan de hand van de bezoekersaantallen, kan daarom alleen van tg STAN worden gegeven.

Bezoekersaantallen gemiddeld in de Toneelschuur, tussen haakjes het totaal aantal gespeelde voorstellingen.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SKaGeN	<i>Onbekend</i>	-	<i>Onbekend</i>	56 (2)	74 (1)	<i>Afge- last</i>	106 (1)	-	-	53 (1)	-
tg STAN	84 (9)	93 (4)	69 (4)	66 (2)	74 (2)	48 (6)	17 (4)	34 (1)	127 (2)	90 (2)	113 (2)
Abattoir Fermé	-	-	-	-	-	-	-	-	45 (2)	-	-

De bezoekersaantallen voor tg STAN waren door de jaren heen niet heel stabiel. Meestal was tg STAN twee avonden geprogrammeerd, waarvan de tweede avond slechter werd bezocht dan de eerste avond. Zo zaten in 2007 bij *De Eenzame Weg* op de eerste avond 75 man in de zaal en de tweede avond 17 man. Het minst succesvolle jaar voor tg STAN was 2008, waarin de gemiddelde opkomst voor vier voorstellingen slechts 17 man was. In 2010 was de publieksopkomst voor tg STAN weer een stuk hoger, met een gemiddelde van 127 personen verspreid over twee avonden. Dit was ook het enige jaar dat de tweede avond van tg STAN niet buitenmatig slechter werd bezocht dan de eerste avond. De bezoekersaantallen voor tg STAN bij de Toneelschuur waren zodoende wisselend, niet alleen per jaar, maar ook per avond met dezelfde voorstellingen.

De publieksopkomst voor SKaGeN was eveneens wisselend. Zodoende is er bij SKaGeN noch sprake van een stijgende of een dalende lijn. Zo was de hoogste publieksopkomst voor SKaGeN in 2008, met 106 man voor de voorstelling *Deurdedeurdeur*, terwijl het jaar ervoor de voorstelling *Winterkant* moest worden afgelast.

¹⁹⁹ Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

²⁰⁰ Ibidem.

Abattoir Fermé was alleen in 2010 twee keer in de Toneelschuur te zien, zij het met twee verschillende voorstellingen (*Galapagos* en *Phantasmapolis*). Het gemiddelde van deze twee voorstellingen was niet erg hoog, namelijk 45 personen. De voorstelling *Galapagos* werd beter bezocht dan *Phantasmapolis*. Over de ontwikkeling van publieksbelangstelling bij Abattoir Fermé kan door dit gebrek aan cijfers weinig gezegd worden.

Bij geen van de drie gezelschappen kan een duidelijke ontwikkeling worden geschetst aan de hand van de hierboven beschreven bezoekersaantallen. De bezoekersaantallen van SKaGeN waren het minst gevarieerd in vergelijking met de voorstellingen van tg STAN. Over de bezoekersaantallen van Abattoir Fermé in 2010 kan enkel gesteld worden dat ze niet aan de hoge kant waren.

4.3 Bezoekersaantallen van de Verkadefabriek

Bijna tien jaar geleden in 2004 opende de Verkadefabriek in 's Hertogenbosch haar deuren, waarmee dit het jongste theater is in dit rijtje.²⁰¹ Toch zijn Vlaamse toneelgezelschappen inmiddels een vast onderdeel van de theaterprogrammering van dit theater geworden.

Hoewel Abattoir Fermé in 2004 voor het eerst in Nederland te zien was, was dit gezelschap pas vijf jaar later, in 2009, in de Verkadefabriek te zien. Ook SKaGeN was pas in 2007 voor het eerst in de Verkadefabriek te zien. Tg STAN was in de periode 2002 tot en met 2012 helemaal niet in de Verkadefabriek te zien.

Bezoekersaantallen gemiddeld in de Verkadefabriek, tussen haakjes het totaal aantal gespeelde voorstellingen

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SKaGeN	-	-	<i>opening theater</i>	-	-	<i>Onbekend</i>	79 (1)	-	-	56 (1)	-
tg STAN	-	-	<i>opening theater</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
Abattoir Fermé	-	-	<i>opening theater</i>	-	-	-	-	83 (3)	112 (1)	-	91 (1)

De voorstellingen van Abattoir Fermé werden over het algemeen goed bezocht. Hoewel de bezoekersaantallen per keer verschilden, wist Abattoir Fermé vanaf de eerste keer dat ze te zien waren relatief veel publiek te trekken. Het gemiddelde van drie voorstellingen lag in 2009 op 83 bezoekers. In 2010 was de opkomst hoger met 112 toeschouwers voor één voorstelling.

²⁰¹ Zie: verkadefabriek.nl, 2013. Web 1 dec. 2013.

Beide keren dat SKaGeN in de Verkadefabriek speelde waren de bezoekersaantallen niet slecht (79 en 56 man), hoewel zij onder het gemiddelde lagen van Abattoir Fermé. De publieksopkomst voor SKaGeN was in 2008 beter dan in 2011. Voor beide gezelschappen waren de bezoekersaantallen niet aan de lage kant. Omdat zij in de periode 2004 tot en met 2012 niet ieder jaar in het theater hebben gestaan, kan er geen duidelijke ontwikkeling worden geschetst over de publieksbelangstelling voor SKaGeN en Abattoir Fermé in de Verkadefabriek.

4.4 Bezoekersaantallen van het Grand Theatre

Net zoals de Toneelschuur heeft het Grand Theatre in Groningen een lange traditie wat betreft het programmeren van hedendaags, vernieuwend, maar ook Vlaams theater. Vanuit de overtuiging dat kunstenaars als geen ander in staat zijn om mensen dichterbij hun gevoel te brengen wil het Grand Theatre '[...] een plek zijn waar podiumkunst floreert'.²⁰²

In de periode 2002 tot en met 2012 waren de toneelgezelschappen SKaGeN, tg STAN en Abattoir Fermé regelmatig te zien, maar lang niet ieder jaar. SKaGeN en Abattoir Fermé waren in deze periode slechts twee keer te zien.

Bezoekersaantallen gemiddeld in het Grand Theatre, tussen haakjes het aantal gespeelde voorstellingen.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SKaGeN	47 (2)	-	-	-	-	-	-	-	16 (3)	-	-
tg STAN	44 (3)	70 (5)	55 (3)	-	-	-	-	-	75 (1)	56 (1)	-
Abattoir Fermé	-	-	-	-	-	145 (1)	-	-	75 (2)	-	-

De bezoekersaantallen voor tg STAN waren, net zoals bij de Brakke Grond en de Toneelschuur, niet heel stabiel. In de periode 2005 tot en met 2009 was tg STAN helemaal niet te zien in het Grand Theatre. In de overige jaren waren de bezoekersaantallen wisselend. Zo zat bij de voorstelling *Salut les filles* in 2002 slechts 15 man in de zaal, terwijl de voorstelling *Poquelin* een jaar later door 94 personen werd bezocht. De voorstellingen van SKaGeN werden in vergelijking met tg STAN en Abattoir Fermé minder goed bezocht. Dit gezelschap was slechts twee keer te zien in het theater, met een periode van acht jaar ertussenin. De opkomst voor de voorstelling *DegrotemonD* in 2010 was het laagst, met een gemiddelde van 16 personen voor drie voorstellingen.

²⁰² Zie: grandtheatregroningen.nl, 2013. Web. 1 dec. 2013.

Abattoir Fermé was twee keer te zien in het Grand Theatre, in 2007 en 2010. Beide keren werden de voorstellingen niet slecht bezocht, met het hoogst aantal bezoekers voor de voorstelling *Tourniquet* in 2007 (145 man).

Ondanks het feit dat Abattoir Fermé slechts twee keer in het Grand Theatre te zien was, werden hun voorstellingen net iets beter bezocht dan de voorstellingen van tg STAN en SKaGeN. Omdat de drie theatergezelschappen niet ieder jaar in het Grand Theatre te zien waren, kan er ook bij dit theater geen duidelijke ontwikkeling worden geschetst aan de hand van de bezoekersaantallen.

4.5 Bezoekersaantallen van Plaza Futura

Plaza Futura in Eindhoven is een bijzonder theater, niet alleen vanwege de programmering, maar ook vanwege de locatie. Door Nick Kaldunski van Abattoir Fermé werd het theater beschreven als *'the last man standing'*.²⁰³ Deze woorden bleken pijnlijk passend, want in oktober 2013 moest Plaza Futura het pand, waar het al jaren zat, noodgedwongen verlaten.²⁰⁴ Nu huist Plaza Futura in Natlab, een culturele ontmoetingsplaats in Eindhoven.²⁰⁵ Met deze verhuizing hoopte het theater de financiële begroting rond te krijgen. Helaas was dit laatste niet het geval en Plaza Futura was genoodzaakt de theaterprogrammering grotendeels te schrappen.²⁰⁶ In de toekomst zal slechts 55 dagen per jaar theater te zien zijn en de overige 310 dagen zal de zaal gebruikt worden voor filmvertoningen.²⁰⁷ De programmeur van Plaza Futura, Gieske Bienert, wil deze 55 dagen per jaar gebruiken voor initiatieven waar makers de kans krijgen om dans en performance te clusteren. Daarnaast wordt er ook extra ruimte geboden voor kleinere initiatieven.²⁰⁸ Voordat deze veranderingen werden doorgevoerd hebben tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé in de periode 2002 tot en met 2012 in Plaza Futura gestaan.

²⁰³ Kaldunski, N. Telefonisch interview. 3 apr. 2013.

²⁰⁴ Leeuwerink 2014.

²⁰⁵ Zie: natlab.nl, 2014. Web. 25 febr. 2014.

²⁰⁶ De Leeuw 2013.

²⁰⁷ De Leeuw 2013 en Leeuwerink 2013.

²⁰⁸ Ibidem.

Bezoekersaantallen gemiddeld bij Plaza Futura, met tussen haakjes het aantal gespeelde voorstellingen

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SKa-GeN	49 (1)	-	24 (1)	33 (1)	<i>Onbekend</i> (1)	5 (1)	84 (1)	-	-	-	53 (1)
tg STAN	-	48 (2)	75 (1)	-	-	-	-	-	-	84 (1)	-
Abattoir Fermé	-	-	-	-	<i>Onbekend</i> (1)	-	-	111 (1)	41 (1)	-	59 (1)

De bezoekersaantallen van tg STAN zijn in de loop der tijd bij Plaza Futura omhoog gegaan. In 2003 was hun gemiddelde voor twee voorstellingen 48 man, waarna de opkomst in 2011 was gestegen naar 84 toeschouwers voor één voorstelling. De publieksopkomst voor de voorstellingen van SKaGeN is in de periode 2002 tot en met 2012 niet stabiel geweest. Zo zat bij een voorstelling van SKaGeN in 2007 slechts vijf man in de zaal. Een jaar later echter, in 2008, was dat 84 man. Ook de publieksopkomst voor de voorstellingen van Abattoir Fermé was niet stabiel. Deze toonde zelfs een dalende lijn en ging van 111 toeschouwers in 2009 naar 41 toeschouwers in 2010.

We kunnen stellen dat enkel bij de voorstellingen van tg STAN in de publieksopkomst over de jaren heen een stijgende lijn zit. De voorstellingen van SKaGeN werden wisselend bezocht en de voorstellingen van Abattoir Fermé werden steeds iets minder goed bezocht.

4.6 Analyse

Als naar de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé wordt gekeken bij de Brakke Grond, de Toneelschuur, de Verkadefabriek, het Grand Theatre en Plaza Futura kan er niet een duidelijke ontwikkeling worden geschetst. De bezoekersaantallen zijn in de periode 2002-2012 immers niet dermate gedaald of gestegen dat kan worden gesproken van een duidelijke trend, maar vertonen eerder schommelingen. Alleen de bezoekersaantallen van Abattoir Fermé zijn in de Brakke Grond en de Verkadefabriek in de afgelopen jaren beetje bij beetje toegenomen. Net zoals de cijfers van de VSCD met betrekking tot de algemene bezoekersaantallen betreffende theater, laten de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé geen grote veranderingen zien.

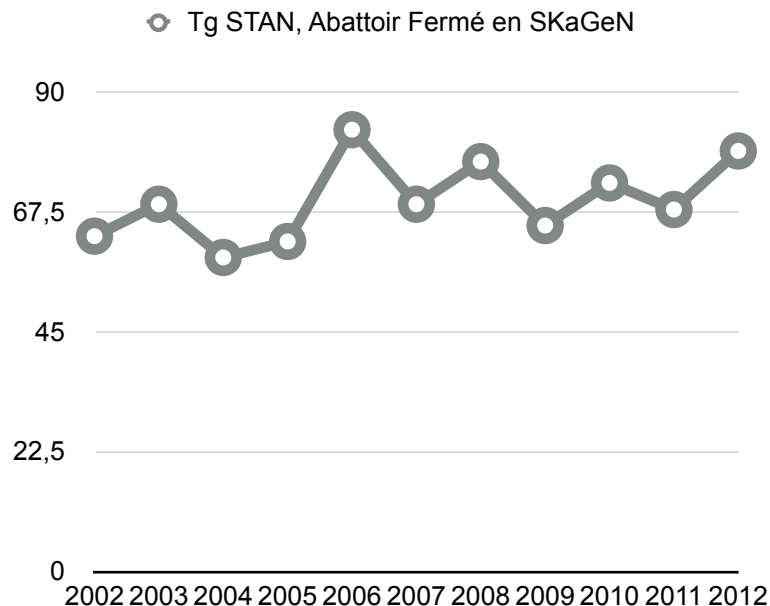
Als de bezoekersaantallen per gezelschap per theater naast elkaar wordt gezet, dan kunnen er enkele conclusies worden getrokken. Allereerst kunnen we stellen dat de publieksopkomst voor de voorstelling *Deurdedeurdeur* van SKaGeN bij vier van de vijf de theaters in 2008 relatief hoog was. De overige jaren werd SKaGeN niet bijzonder goed of bijzonder slecht

bezoekt. Alleen bij *DeGroteMonD* in 2010 in het Grand Theatre en *Winterkant* in 2007 in Plaza Futura waren de bezoekersaantallen aan de zeer lage kant.

Ook kunnen er enkele trends geconstateerd worden met betrekking tot tg STAN. Hoewel dit gezelschap het langst van de drie onderzochte Vlaamse toneelgezelschappen in Nederland speelt, zijn de bezoekersaantallen van dit gezelschap zeer wisselend. Dit was zelfs het geval bij de Brakke Grond en de Toneelschuur, waar het gezelschap bijna ieder jaar in de periode 2002 tot en met 2012 te zien was. We kunnen stellen dat de bezoekersaantallen voor tg Stan over het algemeen verschilden per voorstelling per theater. Zo was 107 bezoekers het gemiddelde van tg STAN in de Brakke Grond in 2008, terwijl in datzelfde jaar hun gemiddelde bij de Toneelschuur zeventien bezoekers was. Het meest succesvolle jaar voor tg STAN was 2010, waar bij drie van de vijf theaters de voorstelling *Zomergasten* relatief veel publiek trok. Over het algemeen werden de voorstellingen van Abattoir Fermé het beste bezocht. In de periode 2002 tot en met 2012 zaten er dan ook geen grote uitschieters naar beneden bij de bezoekersaantallen. De laagste opkomst voor Abattoir Fermé was 41 man voor de voorstelling *Galapagos* in 2010 in Plaza Futura. Abattoir Fermé heeft echter niet een jaar waarin hun voorstellingen het best bezocht werden bij alle vijf de theaters, zoals dat bij SKaGeN en tg STAN wel het geval was. Wel was Abattoir Fermé als enige van de drie toneelgezelschappen in 2010 in alle vijf de theaters te zien, en vaak met meer dan één voorstelling.

De bezoekersaantallen van de drie toneelgezelschappen wisselden per voorstelling. Mogelijk spraken sommige voorstellingen het publiek net iets meer aan dan andere voorstellingen of was de publiciteit rondom bepaalde voorstellingen effectiever gerealiseerd. Hoewel aan de hand van de bezoekersaantallen niet een hele duidelijke ontwikkeling kan worden geschetst, tonen de bezoekersaantallen ons wel dat Vlaams theater geen publiekstrekker is. Enkel Abattoir Fermé stond in 2007 in het Grand Theatre voor een uitverkochte zaal. Hoewel tg STAN en SKaGeN zo nu en dan erg lage bezoekersaantallen hadden, stonden daar ook weer hoge bezoekersaantallen tegenover. Het feit dat de voorstellingen van deze drie Vlaamse toneelgezelschappen bijna nooit voor uitverkochte zalen hebben gestaan, kan te maken hebben met het postdramatische karakter van de voorstellingen. In hoofdstuk twee werd, aan de hand van Eversmann, geconcludeerd dat de toeschouwer een voorstelling meer waardeert wanneer hij de voorstelling als een logisch geheel kan zien. Aangezien postdramatisch theater meer competentie van het publiek vergt om het te begrijpen en als een logisch geheel te zien, zou dit een mogelijke verklaring kunnen zijn voor het feit dat deze Vlaamse toneelgezelschappen niet voor uitverkochte zalen staan. Een visuele weergave van de wisselende, doch enigszins stabiele bezoekersaantallen, is in figuur 3 weergegeven.²⁰⁹

²⁰⁹ Deze tabel is geconstrueerd aan de hand van de gemiddelde bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé bij de vijf vlakkevloertheaters. De gemiddelden in de grafiek zijn de jaarlijkse totaal gemiddelden van de drie Vlaamse toneelgezelschappen bij elkaar. In bijlage 3H is een overzichtstabel te vinden met alle cijfers van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé. Tevens zijn in bijlage 3G staafdiagrammen te vinden van de bezoekersaantallen van de drie Vlaamse toneelgezelschappen bij de vijf vlakkevloertheaters.



Figuur 3.

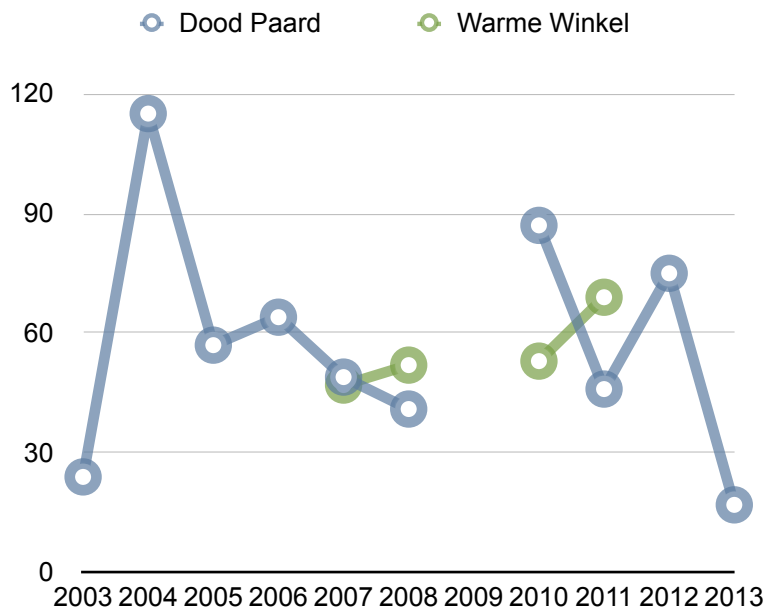
Geconstateerd is dat de bezoekersaantallen van Abattoir Fermé, SKaGeN en tg STAN aan de lage kant en wisselend zijn. De vraag ligt dan voor de hand of er ook nog mogelijk andere factoren meespelen dan het postdramatisch karakter van de theatervoorstellingen, zoals bijvoorbeeld het feit dat het om Vlaamse toneelvoorstellingen gaat. Het zou daarom interessant zijn deze bezoekersaantallen te vergelijken met bezoekersaantallen van Nederlandse postdramatische theatergezelschappen bij de vijf onderzochte vlakkevloertheaters over dezelfde periode. Dit om te zien of er sprake was van eenzelfde dan wel andere belangstelling voor Nederlands postdramatisch toneel (van bijvoorbeeld Dood Paard of de Warme Winkel). Met uitzondering van de bezoekersaantallen van de Nederlandse postdramatische toneelgezelschappen Dood Paard en de Warme Winkel bij het Grand Theatre zijn deze cijfers echter niet beschikbaar.²¹⁰ Om toch een indicatie te kunnen geven van een mogelijk beeld, zijn ter vergelijking de wel verkregen bezoekersaantallen over de periode van 2002 tot en met 2012 van de Nederlandse postdramatische toneelgezelschappen Dood Paard en de Warme Winkel bij het Grand Theatre in een grafiek (figuur 4) gezet. Ter vergelijking zijn de cijfers van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé bij het Grand Theatre over deze periode ook in een grafiek weergegeven (figuur 5). Figuur 4 laat zien dat ook de voorstellingen van Dood Paard, een gezelschap dat inmiddels al 20 jaar bestaat²¹¹, heel wisselend in het Grand Theatre wordt bezocht. Het toneelgezelschap de Warme Winkel bestaat sinds 2002²¹², maar was in het Grand Theatre in 2007 voor het eerst te zien. Hoewel de Warme Winkel niet zo vaak in het Grand Theatre heeft gespeeld als Dood

²¹⁰ Na herhaaldelijke verzoeken aan de overige drie theaters, Plaza Futura, de Toneelschuur en de Verkadefabriek, heb ik alleen de bezoekersaantallen van Dood Paard en de Warme Winkel bij het Grand Theatre over een periode van tien jaar gekregen. Dood Paard en de Warme Winkel heb ik direct benaderd en alleen de Warme Winkel had over het jaar 2012 de bezoekersaantallen van alle gespeelde voorstellingen (in Nederland en buitenland). Wegens gebrek aan vergelijkingsmateriaal (Dood Paard en de Warme Winkel over een periode van tien jaar) heb ik die hier niet opgenomen.

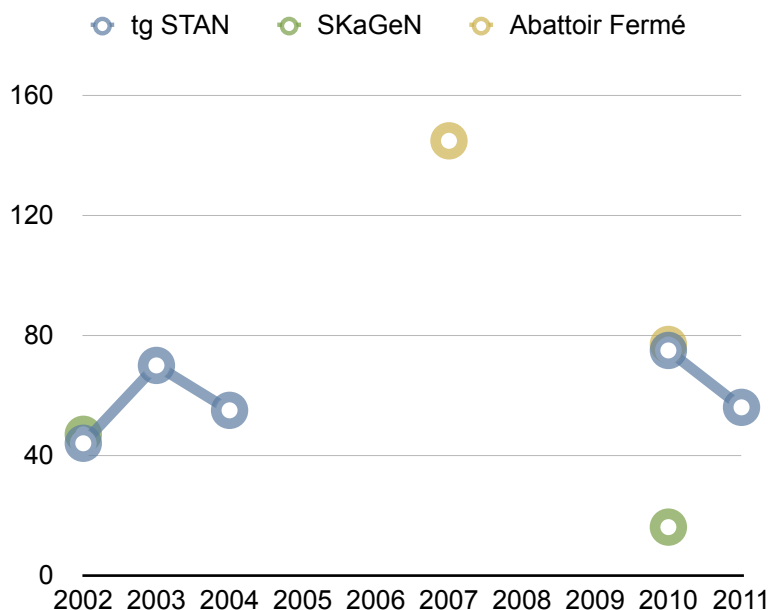
²¹¹ Zie: doodpaard.nl, 2014. Web 24 jun. 2014.

²¹² Zie: dewarmewinkel.nl. Web 24 jun. 2014.

Paard zit er wel een stijgende lijn wat bezoekersaantallen betreft. Dit zou kunnen liggen aan het feit dat de Warme Winkel in de afgelopen jaren zich actief heeft ingezet in de publieksopbouw in verschillende steden. In het volgende hoofdstuk zal daar nog op in worden gegaan. Er is echter te weinig vergelijkingsmateriaal om stellige conclusies te kunnen trekken over de verhouding tussen de bezoekersaantallen van Nederlands en Vlaams postdramatisch toneel. Het kan echter niet uitgesloten worden dat bij het afwegen van de keuze door het theaterpubliek voor een bezoek aan een voorstelling van Abattoir Fermé, SKaGeN of tg STAN (naast de postdramatische aard van de voorstelling) het Vlaamse karakter heeft meegespeeld dat door taal (dialect) en de Vlaamse culturele inbedding een extra inspanning van de bezoeker vraagt. Er zou voorzichtig gesteld kunnen worden dat postdramatisch theater in Nederland per definitie wisselend wordt bezocht, ongeacht het Nederlandse of Vlaamse karakter, en dat het loont om zich actief in te zetten voor de publieksopbouw per theater.



Figuur 4.



Figuur 5.

5. Vlaams toneel en het Nederlandse theaterpubliek

Al jaren is er sprake van een actieve uitwisseling van kunstproducten tussen Nederland en Vlaanderen. Met name de Nederlandse en Vlaamse podiumkunsten vormen een belangrijk onderdeel van deze uitwisseling. In dit hoofdstuk zal aandacht worden besteed aan Vlaams toneel in Nederland en de visie op en positie van Vlaams toneel in Nederland. Deze visie op Vlaams postdramatisch toneel zal worden geschetst aan de hand van gesprekken met de artistieke leiders van twee van in dit onderzoek centraal staande Vlaamse toneelgezelschappen, drie Nederlandse theaterprogrammeurs en twee Nederlandse theaterdirecteuren van de in dit onderzoek behandelde vlakkevloertheaters. Het is belangrijk om te zien hoe de theaterprogrammeurs en directeuren van vijf Nederlandse vlakkevloertheaters, die doorgaans postdramatisch toneel programmeren, Vlaamse gezelschappen binnen deze traditie weten te plaatsen.

5.1 De visies van Kathleen Treier van tg STAN en Nick Kaldunski van Abattoir Fermé.

Hoe kijken de Vlaamse toneelgezelschappen tegen het Nederlandse theaterbestel aan en hoe ervaren zij het om als Vlaams gezelschap te spelen in Nederland? In een gezamenlijk gesprek in Antwerpen hebben Kathleen Treier van tg STAN en Nick Kaldunski van Abattoir Fermé hun ervaringen hierover gedeeld.

Spelen in Nederland

Zowel Nick Kaldunski als Kathleen Treier benadrukten hoe belangrijk zij het vinden voor hun gezelschappen om in Nederland te spelen. De eerste speelplek in Nederland van Abattoir Fermé (opgericht in 1999) was de Brakke Grond in 2004. Het was een geslaagde ervaring en het gezelschap besloot dan ook om het aantal speelplekken uit te breiden naar andere vlakkevloertheaters in Nederland. Hoewel dit doel in zekere zin is gehaald - na 2004 zijn er jaarlijks 1 à 2 speelplekken bijgekomen - is het volgens Nick Kaldunski in de afgelopen jaren ook steeds lastiger geworden om in Nederland te spelen. Het uiteindelijke doel was om ervoor te zorgen dat de voorstellingen in Nederland winstgevend zouden zijn of op zijn minst op een *break-even* zouden uitkomen. Tot op heden is dit nog niet gelukt en moet Abattoir Fermé nog steeds om twee keer in Nederland te kunnen spelen twee keer met winst in (bijvoorbeeld) Brugge optreden. Met de opbrengst van de voorstellingen in Brugge kan Abattoir Fermé de kosten dekken van het spelen in Nederland.²¹³

De situatie van Abattoir Fermé is voor Kathleen Treier van tg STAN erg herkenbaar. Het speeldebuut van Tg STAN in Nederland vond plaats in de Toneelschuur in Haarlem. Aan het begin van hun carrière, in 1992, werd het gezelschap ontdekt door Frans Lommerse (directeur van de Toneelschuur in Haarlem.) De Toneelschuur werd daardoor een van de

²¹³ Kaldunski, N., K. Treier. Persoonlijk interview. 29 apr. 2013.

vaste speelplekken van tg STAN in Nederland. De bezoekersaantallen per voorstelling lopen erg uiteen: de ene keer wordt er gespeeld voor een publiek van twintig man, terwijl dit op een andere avond honderd man kan zijn. Volgens Kathleen Treier hangt dit nauw samen met de inspanningen van de communicatiemedewerkers van de theaters. Hierin kenmerkt zich, zo benadrukte zij, een groot verschil tussen Nederland en Vlaanderen. De Nederlandse theatergezelschappen zorgen volgens haar grotendeels voor hun eigen publiciteit, terwijl in Vlaanderen de communicatiemedewerkers van de culturele centra, kunstencentra en theaters ingezet worden voor de promotie van de voorstellingen. Kathleen Treier merkt overigens wel dat sommige Nederlandse theaters hieraan tegemoet komen. Zo zetten Theater Kikker in Utrecht en de Brakke Grond in Amsterdam extra promotionele activiteiten in voor de voorstellingen van tg STAN, die het gezelschap dan wel zelf moet financieren.²¹⁴

Ook Nick Kaldunski ziet dat de wijze waarop en door wie de promotie wordt uitgevoerd aanzienlijk verschilt tussen Nederland en Vlaanderen. Een verschil, waar zij als Vlaamse toneelgezelschappen mee om moeten leren gaan, zo stellen ze. Het tweede verschil tussen Nederland en Vlaanderen is volgens Nick Kaldunski het subsidiestelsel. Zo krijgen Nederlandse theatergezelschappen subsidie om te touren in en buiten Nederland. Vlaamse theatergezelschappen ontvangen niet een dergelijke subsidie van de Vlaamse overheid. De tournees van Vlaamse toneelgezelschappen moeten geld opbrengen of zelfvoorzienend zijn. De kosten, tijd en energie die ingezet moeten worden voor extra promotieactiviteiten zijn dan ook lastig te realiseren en vormen een belemmering om voorstellingen in Nederlandse theaters te verwezenlijken. Omdat extra promotionele activiteiten van belang zijn om publiek te trekken naar een voorstelling (meer dan in de beginjaren van Abattoir Fermé in Nederland) probeert Kaldunski per theater de promotionele mogelijkheden te bekijken.²¹⁵

Groter worden in Nederland

Het blijkt lastig voor de Vlaamse gezelschappen om door te groeien in Nederland. Zo heeft het Grand Theatre in Groningen, een van de vaste speelplekken van tg STAN, recentelijk vanwege de kosten en teleurstellende publieksopkomst, het aantal voorstellingen dat tg STAN per seizoen mag spelen van twee teruggebracht naar één. Ook voor Abattoir Fermé is Groningen eigenlijk een te dure plek om te spelen. Spelen in Nederland blijft voor tg STAN - zelfs na meer dan twintig jaar - een investering, aldus Treier. Zij kunnen echter blijven spelen in Nederland omdat zij veelal een rendabele Vlaamse tournee kennen, waardoor de kosten enigszins kunnen worden gestabiliseerd. Dat een optreden in Nederland voor tg STAN nog steeds geld kost, vindt het gezelschap overigens geen probleem en de moeite waard.²¹⁶

²¹⁴ Kaldunski, N., K. Treier. Persoonlijk interview. 29 apr. 2013.

²¹⁵ Ibidem.

²¹⁶ Ibidem.

Dit gaat volgens Nick Kaldunski ook op voor Abattoir Fermé, al heeft het nog steeds de hoop groter te worden in Nederland. Het is voor hun dan ook een wens om de grote zalen van de schouwburgen te bespelen, en zodoende een groter publiek te bereiken. Deze wens ging voor een deel in vervulling toen zij, in 2012, op Lowlands speelden voor ongeveer duizend man. Het verkoopseizoen 2013-2014 blijkt lastiger uit te vallen dan de voorgaande seizoenen voor beide gezelschappen. De vaste theaters, zoals de Brakke Grond, Toneelschuur en Grand Theatre zitten er nog wel bij, maar er komen geen nieuwe theaters bij.²¹⁷

Samenwerking

De samenwerkingsverbanden tussen Nederland en Vlaanderen zijn voor Abattoir Fermé belangrijk en inmiddels heeft dit gezelschap ook goede relaties opgebouwd met een aantal opleidingen in Nederland, zoals de Mime opleiding in Amsterdam en de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht. Nick Kaldunski vindt het belangrijk dat jonge mensen makkelijker kunnen doorstromen naar het werkveld. Tg STAN werkt zelden samen met Nederlandse opleidingen en werkt voornamelijk samen met het conservatorium van Antwerpen.

Het spelen in Nederland is voor zowel Abattoir Fermé als tg STAN belangrijk en beiden gezelschappen doen dan ook erg hun best om te kunnen blijven spelen in Nederland, ook al blijkt dat dit soms erg moeilijk wordt gemaakt door de financiële omstandigheden en de moeilijke promotie in Nederland. Treier laat weten dat ondanks het bestaan van deze problemen zij zich niet 'na eenentwintig jaar uit het Nederlandse theaterlandschap laat slaan'. Zowel Kaldunski als Treier zijn dan ook grote voorstanders van meer samenwerking tussen de Nederlandse theaters en Vlaamse gezelschappen, iets waar zij zich ook blijvend voor willen inzetten.²¹⁸

5.1.1 Visie Saskia Liénard van SKaGeN.

Volgens Saskia Liénard (zakelijk leider van SKaGeN) tourt SKaGeN meer dan tg STAN en Abattoir Fermé en hebben ze een grote bespeling van het Nederlandstalige gebied.²¹⁹ Naar aanleiding van het verzoek voor een groepsgesprek heeft ze kort met Nick Kaldunski van Abattoir Fermé gesproken en aan de hand van dat gesprek was hun conclusie dat de situatie van Abattoir Fermé vrijwel identiek is aan de situatie van SKaGeN. Saskia Liénard signaleert wel dat ze de belangstelling voor Vlaams Theater in Nederland - ze werkt inmiddels 16 jaar in de theatersector - in de afgelopen jaren achteruit heeft zien gaan. De reden voor deze verminderde belangstelling ligt volgens haar aan de cultuurverschillen tussen Nederland en Vlaanderen en volgens Liénard wordt er in Nederland een ander soort theater gemaakt dan

²¹⁷ Kaldunski, N., K. Treier. Persoonlijk interview. 29 apr. 2013.

²¹⁸ Ibidem.

²¹⁹ Saskia Liénard kon niet bij het groepsgesprek in Antwerpen aanwezig zijn. Haar visie, die hier is weergegeven, is gebaseerd op een telefonisch gesprek.

in Vlaanderen. Vlaanderen en Nederland delen weliswaar dezelfde taal, maar er wordt totaal verschillend theater gemaakt aldus Liénard.²²⁰

5.2. De visie van drie Nederlandse theaterprogrammeurs en twee directeuren.

Aangezien cijfers slechts één kant van het verhaal tonen, is het van belang de bezoekersaantallen van de drie toneelgezelschappen bij de vijf verschillende vlakkevloertheaters in het juiste perspectief te plaatsen. Daarom zijn aan drie theaterprogrammeurs en twee theaterdirecteuren enkele vragen gesteld over de programmering van Vlaams theater in Nederland. Deze vragen zijn gesteld aan Piet Menu, directeur van het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond, Frans Lommerse, theaterprogrammeur en directeur van de Toneelschuur, Lieke Jordens, theaterprogrammeur van de Verkadefabriek, Rudi Kamminga, theaterprogrammeur van het Grand Theatre, en Gieske Bienert, theaterprogrammeur van Plaza Futura.

5.2.1 Piet Menu, directeur van het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond

Piet Menu is sinds 2012 de directeur van de Brakke Grond, een instelling waarvoor hij van 2002 tot en met 2008 theaterprogrammeur was. Toen hij 13 jaar geleden als stagiair bij de Brakke Grond begon was er amper publiek voor Vlaams theater. Een voorstelling was toen zelden tot nooit uitverkocht en meestal was er sprake van een zaalbezetting van ongeveer 30 tot 40 procent. Volgens Piet Menu had dit vooral met de programmering te maken, die, voornamelijk bestond uit dans en theater. Tegenwoordig is het aanbod van de Brakke Grond veel breder geworden en staan er uiteenlopende grote en kleine evenementen naast elkaar geprogrammeerd. Daardoor is het publiek van de Brakke Grond in de loop der jaren steeds groter en diverser geworden. Daarnaast was de Brakke Grond jarenlang verbonden aan Theater Frascati in Amsterdam. Hierdoor waren niet alle voorstellingen die in de Brakke Grond stonden daadwerkelijk door de Brakke Grond geprogrammeerd, wat zorgde voor een onduidelijk profiel van de Brakke Grond onder het publiek. Drie jaar geleden (in 2011) heeft Frascati het gebouw van de Brakke Grond verlaten, wat ten goede is gekomen aan het profiel van de Brakke Grond.²²¹

Overaanbod

Volgens Piet Menu hebben veel Nederlandse theaters een overaanbod, aangezien Nederlandse theaters gewend zijn om bijna iedere avond iets te programmeren. Dit wordt gedaan zodat in ieder geval elke avond iets in het betreffende theater te zien is, waardoor de theaterprogrammeurs niet enkel datgene programmeren wat aan hun kwalitatieve maatstaven voldoet. Deze voorstellingen, die eigenlijk geprogrammeerd worden om ruimte

²²⁰ Liénard, S. Telefonisch interview. 10 apr. 2013.

²²¹ Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

op te vullen, staan op recette. Dat wil zeggen dat deze gezelschappen geen uitkoopsom ontvangen, maar het bedrag van het totaal aantal verkochte kaarten. De theaters verliezen in de meeste gevallen zodoende niet veel geld met deze producties. Volgens Piet Menu is het toch economisch gezien meer rendabel om een avond leeg te staan, dan om gewoon iets te programmeren. In de rest van Europa is het namelijk heel normaal dat theaters een paar avonden per week leegstaan en dat theaterprogrammeurs alleen datgene programmeren wat daadwerkelijk van een bepaald kwalitatief niveau is. Dit besef is er bij veel theaters in Nederland nog niet, aldus Menu. Het idee dat het zonde is dat er een avond niets wordt geprogrammeerd zit diep ingebed in de Nederlandse programmeringsmentaliteit en komt voort uit de gedachte, 'hoe voller, hoe beter' aldus Piet Menu. Ook bij beleidsmakers is dit idee prominent aanwezig.²²²

Aanbod Brakke Grond

De voorstellingen die de de Brakke Grond brengt zijn zelden bekend bij het grote publiek, aldus Piet Menu. Hij spreekt niet alleen van onbekend maar zelfs van 'onbekend onbekend' theater. Met betrekking tot de bekende gezelschappen en voorstellingen kan weinig risico worden genomen. Staat het gezelschap twee avonden geprogrammeerd, dan worden beide avonden goed bezocht. Wanneer het gezelschap echter twee weken wordt geprogrammeerd, dan worden slechts een paar avonden van hun speelreeks goed bezocht. Twee weken een bekend gezelschap programmeren is volgens Menu te veel. Waar in de begintijd van de Brakke Grond enkel theater en dansvoorstellingen werden geprogrammeerd, is het aanbod nu heel divers, van *Sonic Soirée* (popconcerten), *Nacht van het Brein* (populair science) tot *Theater Zuidpool* (repertoiretheater). Het theaterpubliek haakt volgens Piet Menu hierdoor niet af en bovendien stroomt er door de brede programmering juist nieuw publiek binnen. De Brakke Grond focust zich zodoende op een zeer breed publieksbereik, dat inmiddels bestaat uit wel tien tot twintig 'verschillende stromen publiek'. Dit zorgt iedere keer uiteindelijk voor goed gevulde zalen in de Brakke Grond en is volgens Menu ook de 'toekomst van het theater'. Theaters moeten volgens hem zich niet richten op specifieke publieksstromen en dienen zich meer te focussen op het bereiken van verschillende doelgroepen. Het theater moet proberen zo veel mogelijk zo'n publieksstromen zijn kant op te laten komen. Inmiddels heeft de Brakke Grond een betrouwbaar basispubliek, wat een prettige realiteit is om vanuit te werken. Immers, het is veel makkelijker om vanuit een dergelijke basis de publieksopkomst te vergroten. Er kan volgens Menu vandaag de dag veel vaker 'oprecht' worden gezegd dat een voorstelling bijna is uitverkocht, iets wat zijn positieve uitwerking niet mist bij het publiek.²²³

²²² Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

²²³ Ibidem.

Toneelspelersgezelschap Stan, Abattoir Fermé en SKaGeN

Hoewel de bezoekersaantallen van de Brakke Grond in het afgelopen jaar zijn toegenomen, geldt dit niet specifiek voor de bezoekersaantallen van tg STAN in dit theater. De voorstellingen van dit gezelschap werden wisselend bezocht. Op sommige avonden was er dertig man publiek, terwijl er op andere avonden 120 mensen in de zaal zaten. Piet Menu vond het opmerkelijk om te zien dat de slecht bezochte voorstellingen van tg STAN in de Brakke Grond ook slecht werden bezocht in het Grand Theatre. Menu veronderstelt dan ook dat de marketingtechnische aantrekkingskracht (titel, beschrijving op flyer) van deze voorstelling niet voldoende was. Volgens Piet Menu is er bij SKaGeN sprake van een ander verhaal dan bij tg STAN. De kwaliteit van dit gezelschap is door de jaren heen, volgens hem, minder consistent gebleken. Dit heeft dan ook zijn weerslag gehad op de publieksopkomst. Zo 'zwom' het gezelschap bij de ene voorstelling in het publiek, terwijl dit publiek bij een volgende voorstelling bijna volledig wegbleef. Volgens Piet Menu is de rede hiertoe dat het gezelschap nog altijd zoekende is naar een eigen signatuur, die ze na vijftien jaar nog steeds niet hebben gevonden. De veranderende samenstelling van het gezelschap in de loop der jaren heeft hier overigens ook niet aan bijgedragen. Tevens onderscheidt SKaGeN zich niet dermate van enkele Nederlandse toneelgezelschappen als 't Barre Land en Dood Paard die wel duidelijk eigen imago hebben kunnen ontwikkelen. Bij de voorstellingen van Abattoir Fermé zat er volgens Piet Menu in de afgelopen jaren wel een stijgende lijn in de bezoekersaantallen, wat vooral te maken heeft met het feit dat de gedachte onder theaterpubliek heerst dat 'iedereen eigenlijk wel één keer in zijn leven een voorstelling van Abattoir Fermé gezien moet hebben'.²²⁴ Daarnaast had Abattoir Fermé, in tegenstelling tot SKaGeN, vanaf dag één al een duidelijke signatuur, die ze zelf 'existentieel horror-theater' noemden. Ook is het gezelschap volgens Piet Menu een interessante mix van mensen, waardoor het boeiend blijft om naar hun voorstellingen te kijken.²²⁵

Bekendheid

Het Nederlandse publiek neemt volgens Menu de bekendheid van acteurs of de titel mee in de beslissing om een toneelvoorstelling te bezoeken. Aangezien Vlaams theater minder bekend (of zelfs onbekend) is in Nederland, beginnen Vlaamse toneelgezelschappen altijd met een achterstand. Hoewel de Brakke Grond een Vlaams Cultuurhuis is, is het volgens Menu niet zijn primaire taak om ervoor te zorgen dat Vlaamse theatergezelschappen altijd en overal zichtbaar zijn. Wel ziet hij voor het centrum een belangrijke functie om de eerder genoemde achterstand zo veel mogelijk te beperken, een taak die Menu 'geenszins uit de weg wil gaan'.²²⁶

²²⁴ Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

²²⁵ Ibidem.

²²⁶ Ibidem.

Publiciteit

In het gesprek met Nick Kaldunski van Abattoir Fermé en Kathleen Treier van tg STAN werden er twee specifieke problemen aangekaart, te weten het verschil tussen het Nederlandse en Vlaamse subsidiesysteem en het verschil tussen de communicatieafdelingen van Nederlandse en Vlaamse theaters. Volgens Piet Menu zijn dat inderdaad twee problemen die Vlaamse toneelgezelschappen regelmatig in Nederland tegenkomen. Het is altijd lastig voor een theaterprogrammeur om publiek binnen te halen voor een gezelschap waar het publiek nog nooit eerder van heeft gehoord. Hoewel dit een realiteit is waar iedere programmeur mee moet werken, leggen de Nederlandse theaterprogrammeurs als enige in Europa dit probleem neer bij de gezelschappen zelf, aldus Menu. Inmiddels is wel gebleken dat de Nederlandse benadering niet werkt en dat het tijd is voor een nieuwe strategie. Zolang hiervoor geen oplossing komt, blijft de positie van Vlaams theater in Nederland problematisch en wordt de verantwoordelijkheid voor dit probleem volledig bij de Vlaamse gezelschappen gelegd.²²⁷

Hoewel enkele communicatieafdelingen van Nederlandse theaters extra hun best doen om Vlaams theater te promoten, hebben de communicatieafdelingen in Nederland niet de middelen die er bijvoorbeeld in België wel zijn. Zodra er binnen het Nederlandse theaterlandschap meer financiële middelen beschikbaar zouden worden gesteld ten behoeve van externe communicatie, dan zouden vanzelf nieuwe strategieën volgen om Vlaams theater een breder publieksbereik te geven. Zonder extra middelen voor communicatie, ligt de verantwoordelijkheid voor publiciteit nog steeds bij de theatergezelschappen zelf. De theaterprogrammeur moet immers bij de programmering van bepaalde voorstellingen een omschreven publiek in gedachte hebben. Vandaag de dag kiest de theaterprogrammeur echter een voorstelling en vraagt vervolgens aan zijn communicatiemedewerkers contact op te nemen met betreffende theatergezelschap om te vragen, hoe *zij* het publiek willen binnenhalen'. Volgens Menu werkt deze aanpak niet en zijn het niet alleen de Vlaamse gezelschappen die met dit probleem kampen: ook bijvoorbeeld Zweedse, Chinese en zelfs binnenlandse gezelschappen vinden lastig een publiek in Nederland door een onevenredige verdeling van de communicatielast. Voor de grotere Nederlandse theatergezelschappen speelt dit probleem in mindere mate omdat zij vaak gebruik maken van landelijke campagnes die onafhankelijk van de theaters waarin zij spelen worden opgezet. De oplossing, aldus Menu, is dat de (Vlaamse) theatergezelschappen een middag met de belangrijkste theaterhuizen van Nederland rond te tafel moeten gaan zitten om afspraken te maken over wie publicitaire taken gaat vervullen. Menu stelt dat op dit gebied nog grote stappen te maken zijn. Een nieuwe *vuurtorenregeling*²²⁸ is hiervoor niet de oplossing volgens Piet Menu:

²²⁷ Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

²²⁸ De 'Vuurtorenregeling' werd in 2000 in het leven geroepen om de uitwisseling van theaterproducties tussen Nederland en Vlaanderen te stimuleren. Vijf Nederlandse theaters en acht Vlaamse theaters werden tot 'Vuurtoren' benoemd, deze 'Vuurtorens' moesten het toneelaanbod van het andere land op continue basis tonen en kregen daar ook extra subsidie voor. In 2006 werd besloten deze regeling te beëindigen.

dat zou enkel 'pleisters op de wonden' zijn. Bij een dergelijke regeling blijft men immers binnen een specifiek segment van het Nederlands theaterbestel met elkaar concurreren terwijl dat bestel zelf eigenlijk anders ingericht dient te worden, willen er echt veranderingen plaatsvinden. De onevenredige verdeling van de communicatielast is volgens Menu een globaal probleem dat binnen de Nederlandse theatersector opgelost dient te worden om daadwerkelijk tot een eerlijkere situatie te komen.²²⁹

Publieksbereik

De kwaliteit van het Vlaamse theater van nu wordt vaak vergeleken met dat van de succesvolle 'Vlaamse Golf' uit de jaren tachtig, toen het Vlaamse theater beter werd bezocht dan nu. Dit is volgens Piet Menu een kromme vergelijking. De Vlaamse Golf sloeg namelijk op een vijftal Vlaamse theatergezelschappen die per gezelschap jaarlijks vijftig keer in Nederland speelden. Nu is dat haast andersom: er spelen vandaag de dag ongeveer een vijftigtal Vlaamse theatergezelschappen in Nederland, met een gemiddelde van ongeveer vijf keer per jaar per gezelschap. Hoewel de totale bezoekersaantallen nauwelijks zijn afgenomen, is het aanbod veel diverser geworden. Zoals hierboven gesteld, kan volgens Menu enkel het drastisch hervormen van de Nederlandse theatersector verandering brengen in het publieksbereik. Nederlandse theaterprogrammeurs lijken zich bovendien minder in te spannen om een breed publiek te bereiken, aldus Menu. Theaters en theatergezelschappen zouden elkaar ook wat meer tegemoet kunnen treden door duidelijk de publiciteitstaken te verdelen, hoewel Menu van mening is dat de theaters zelf de hoofdmoot voor hun rekening dienen te nemen.²³⁰

Programmering

Minder programmeren zou volgens Menu meer helderheid verschaffen. In de seizoenbrochure van een theater staan, vanzelfsprekend, alle voorstellingen die een theater in het betreffende seizoen programmeert. Van de achterliggende gedachtes achter deze programmering heeft het publiek echter geen weet. Zodoende is het voor (potentieel) publiek lastig om een keuze te maken: door de overvloed aan geprogrammeerde voorstellingen en het gebrek aan achterliggende informatie komen toekomstige toeschouwers in een gedesoriënteerde positie terecht.²³¹

Een verandering wat betreft marketing, mentaliteit, en de structuur van de seizoenbrochure zijn volgens Piet Menu nodig om de toekomstige toeschouwer meer helderheid te verschaffen. Zo zou bijvoorbeeld eerst een opsomming in de brochure moeten komen van voorstellingen die direct door de programmeur zijn geprogrammeerd en vervolgens pas een opsomming van wat er allemaal op verhuur staat in het theater. Zodoende zou het voor de

²²⁹ Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

²³⁰ Ibidem.

²³¹ Ibidem.

bezoeker een stuk duidelijker worden welke voorstellingen als het ware een ‘persoonlijk keurmerk’ van het theater hebben.²³²

5.2.2 Frans Lommerse, directeur en programmeur van de Toneelschuur

De Toneelschuur geeft jaarlijks aan een selecte groep (jonge) Vlaamse theatermakers de kans om hun artistieke talent te ontwikkelen in het kader van de Toneelschuurproducties. Dit initiatief kwam tot stand omdat directeur Frans Lommerse vond dat er ook aan jonge Vlaamse theatermakers de kans geboden moest worden om hun talent te ontwikkelen. Vlaanderen kent namelijk volgens hem geen vangnet voor jonge Vlaamse acteurs en theatermakers die net klaar zijn met hun opleiding. Het initiatief is inmiddels ook door de Vlaamse overheid opgepikt, waarna er de afgelopen jaren binnen de Belgische overheid een discussie ontstond of jonge Vlaamse theatermakers met projectsubsidies ondersteund moesten worden. Daarnaast heeft Frans Lommerse het altijd belangrijk gevonden om Vlaams theater te programmeren, aangezien hij vindt dat de inbreng van Vlaams theater van belang is voor de ontwikkeling van theater in Nederland.²³³

Frans Lommerse kwam voor het eerst in aanraking met tg STAN toen de acteurs van dit gezelschap in het laatste jaar van hun opleiding aan het conservatorium van Antwerpen zaten en was direct onder de indruk van de kwaliteit van het gezelschap. Sindsdien heeft Frans Lommerse een innige band met tg STAN en is het gezelschap ieder jaar te zien in de Toneelschuur. Ook SKaGeN kwam Lommerse ‘toevallig tegen’, waarbij hij onder de indruk was van hun werk. Naar aanleiding van deze ontmoeting besloot hij ook hen in de Toneelschuur te programmeren. Inmiddels is Frans Lommerse gestopt met het programmeren van SKaGeN, omdat hij hun groepswork niet ‘interessant genoeg’ meer vindt voor de Toneelschuur. Hoewel Frans Lommerse minder enthousiast is over het werk van Abattoir Fermé wordt ook dit gezelschap geprogrammeerd in de Toneelschuur. Het sterk visuele theater van Abattoir Fermé past dan ook minder in de programmeringstraditie van de Toneelschuur dat meer affiniteit heeft met het genre van repertoire- of tekstueel theater. De opkomst voor voorstellingen van de Vlaamse gezelschappen in de Toneelschuur is wisselend. Bij de Nederlandse premières van tg STAN verschilt de publieksopkomst per voorstelling. Volgens Lommerse hangt dit onder andere af van het moment in het theaterseizoen dat een voorstelling te zien is. De publieksbelangstelling voor de voorstellingen van Abattoir Fermé is niet slecht, maar heeft volgens Lommerse de potentie om groter te worden.²³⁴

²³² Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

²³³ Ibidem.

²³⁴ Ibidem.

Lommerse merkt dat de publieke belangstelling voor Vlaams theater in de afgelopen jaren achteruit is gegaan. Volgens Lommerse is de belangrijkste oorzaak voor de desinteresse voor Vlaams theater dat deze voorstellingen nooit zijn doorgebroken naar het grote publiek. Hierdoor genieten 'bekende Vlamingen' geen hoge status onder het Nederlandse theaterpubliek, dat dan ook eerder kiest voor een bekende Nederlander in plaats van een onbekende Vlaming.²³⁵

Daarnaast is Vlaams theater inmiddels onderdeel geworden van het reguliere theateraanbod in Nederland. Toen Vlaams theater enkele decennia geleden nog 'bijzonder en opvallend' was, trok het indertijd veel nieuwsgierigheid van het Nederlandse publiek. Deze speciale aantrekkingskracht is inmiddels sterk afgenomen, waardoor theaters harder moeten werken om publiek binnen te halen voor Vlaamse gezelschappen. Dat sommige gezelschappen op een gegeven moment voorstellingen zijn gaan maken in Vlaams dialect heeft eveneens voor een afname in belangstelling voor Vlaams theater gezorgd. De verminderde publieksbelangstelling voor het Vlaamse theateraanbod is volgens Frans Lommerse niet eenvoudig terug te brengen tot een cultuurverschil.²³⁶

De kredietcrisis heeft daarnaast vanaf 2007 ook bijgedragen aan de verminderde belangstelling voor Vlaams theater volgens Lommerse. Doordat er minder geld te besteden is, kiest de gemiddelde theaterbezoeker eerder voor een voorstelling met bekende namen die men kent van televisie of film. Dit heeft overigens ook effect gehad op het onbekende Nederlandse aanbod. Dit zorgt voor een vicieuze cirkel: doordat Vlaams theater minder bekend is, blijft het publiek weg - en omdat het publiek weg blijft, blijft Vlaams theater onbekend.²³⁷

Daarnaast krijgen de kunstredacties van Nederlandse dagbladen steeds minder ruimte om te publiceren over theater en dient er een selectie te worden gemaakt uit het steeds breder wordende kunstaanbod in Nederland. Aangezien het Vlaamse toneelaanbod minder geografisch gespreid is en kleinere speellijsten kent, is het publieksbereik van de Vlaamse gezelschappen beperkter dan Nederlandse gezelschappen, waardoor ze weinig aandacht krijgen van Nederlandse kunstredacties aldus Lommerse. Zodoende blijven deze gezelschappen onbekend bij een groot publiek.²³⁸

De verminderde publieksbelangstelling voor het Vlaamse theateraanbod is zodoende volgens Lommerse niet eenvoudigweg terug te brengen tot een cultuurverschil. Bovendien is er is niet één specifieke reden aan te wijzen voor het gebrek aan belangstelling. De hierboven beschreven factoren beïnvloeden elkaar volgens Lommerse constant en zorgen

²³⁵ Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

²³⁶ Ibidem.

²³⁷ Ibidem.

²³⁸ Ibidem.

ervoor dat Vlaams theater vanuit een zeer ingewikkelde positie publiek probeert te bereiken.²³⁹

De reden dat een Nederlands gezelschap als de Warme Winkel (dat qua stijl en onderwerpskeuze zeer vergelijkbaar is met de onderzochte Vlaamse gezelschappen) beter loopt dan het minder bekende Vlaamse aanbod heeft volgens Lommerse te maken met het feit dat dit gezelschap in korte tijd een zeer groot publiek aan zich heeft weten te binden.²⁴⁰ De verbinding leggen met het potentiële Nederlandse publiek is voor de Warme Winkel een stuk makkelijker dan voor Vlaamse theatergezelschappen. De Warme Winkel kent immers het Nederlandse publiek en weet hoe ze dat publiek het beste kan bereiken en, nog belangrijker, aan zich kan binden. Het actief aangaan van een dergelijke verbinding zorgt voor een grote achterban, wat op zijn beurt weer zorgt voor veel mond-tot-mond-reclame. Volgens Lommerse hebben Vlaamse gezelschappen in Haarlem en hoogstwaarschijnlijk in de rest van Nederland geen grote achterban doordat ze niet de *know-how hebben* om het Nederlandse publiek aan zich te binden. Hij ziet dit onder andere terug bij de Nederlandse premières van de voorstellingen van de Vlaamse gezelschappen, wanneer er slechts een klein gedeelte van de groep genodigden komt opdagen.²⁴¹

5.2.3 Lieke Jordens, programmeur van de Verkadefabriek

De programmeur van de Verkadefabriek, Lieke Jordens, koos ervoor om Abattoir Fermé op te nemen in de programmering vanwege het 'bijzondere en duistere karakter van hun werk', dat volgens haar geen gelijke kent. Hoewel deze voorstellingen niet slecht werden bezocht, spraken deze volgens Jordens slechts een niche van het Nederlandse theaterpubliek aan en niet het grotere publiek.²⁴²

In 2007 was SKaGeN voor het eerst te zien met de voorstelling *Winterkant*. Jordens was indertijd toen nog niet werkzaam bij de Verkadefabriek en dus niet op de hoogte was van de beweegredenen om SKaGeN indertijd te programmeren. De voorstellingen van SKaGeN liepen in vergelijking met het gehele theateraanbod minder goed. Dit is volgens Jordens niet ongewoon. In de Verkadefabriek worden de voorstellingen van Nederlandse toneelgezelschappen doorgaans een stuk beter bezocht dan de voorstellingen van Vlaamse toneelgezelschappen. Zij wijt dit aan de geringe aandacht die de Vlaamse voorstellingen krijgen in de Nederlandse pers. Daarnaast is er volgens haar ook niet altijd sprake van

²³⁹ Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

²⁴⁰ De Warme Winkel zeer actief op de sociale media en zij gingen zelfs persoonlijk bij enkele personen langs die hun Facebook-pagina hadden *geliked*.

²⁴¹ Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

²⁴² Jordens, L. E-mail-interview. 2 apr. 2013.

publicitaire ondersteuning vanuit de Vlaamse theatergezelschappen zelf, waardoor deze gezelschappen in Nederland redelijk onbekend blijven.²⁴³

5.2.4 Rudi Kamminga, programmeur van het Grand Theatre

Op aanraden van Frans Lommerse besloot theaterprogrammeur Rudi Kamminga tg STAN te programmeren in het Grand Theatre in Groningen. Zo was tg STAN, net zoals in de Toneelschuur, al in 1992 te zien in het Grand Theatre met de voorstelling *Ivanov*. Sindsdien is Rudi Kamminga een trouwe volger van tg STAN.²⁴⁴

SKaGeN was in 2002 voor het eerst te zien in het Grand Theatre, met de voorstelling *Sterremix*. Dit was een co-productie met het Ro Theater uit Rotterdam, dat SKaGeN bij het Grand Theatre had geïntroduceerd. Pas acht jaar later, in 2010, was SKaGeN met de voorstelling de *DegrotemonD* voor een tweede keer te zien in het Grand Theatre. In het kader van het Theaterfestival had Rudi Kamminga deze voorstelling in Amsterdam gezien, waarna hij zo onder de indruk was van deze voorstelling dat hij besloot de voorstelling in Groningen te programmeren. De voorstelling werd in Groningen echter een stuk minder goed bezocht.²⁴⁵

Rudi Kamminga zag Abattoir Fermé voor het eerst in 2007 toen ze met de voorstelling *Tourniquet* in Mechelen speelden. Hij was erg onder de indruk van deze voorstelling die hij als 'erg duister en erg goed' ervoer. In het kader van het Groningse jeugdtheaterfestival *Jonge Harten* besloot Kamminga deze voorstelling te programmeren in de hoop dat er veel jongeren en studenten op af zouden komen. De voorstelling bleek een schot in de roos en kende een erg hoge publieksopkomst. Het bleek dat de doelgroep bestaande uit jongeren en studenten de voorstelling '[...] weird, maar wel bijzonder' vonden. De tweede voorstelling van Abattoir Fermé die te zien was in het Grand Theatre was de jeugdvoorstelling *Nimmermeer*.²⁴⁶

Volgens Rudi Kamminga is de belangstelling voor tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé in de loop der jaren redelijk constant gebleven. Het gezelschap tg STAN springt er wat bezoekersaantallen het meest positief uit. Hij verklaart dit voor een deel door de 'vaak

²⁴³ Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

²⁴⁴ Kamminga, R. E-mail-interview. 15 apr. 2013.

²⁴⁵ Om te zorgen dat de kracht van *DegrotemonD* niet verloren zou gaan in een reguliere theaterzaal (in Amsterdam werd de voorstelling namelijk gespeeld in een laboratoriumzaal van de Universiteit van Amsterdam), zocht hij in Groningen naar een soortgelijke ruimte waar SKaGeN op locatie zou kunnen spelen en vond deze in de debatzaal van Groninger Forum (toen nog Forum Images). Kamminga, R. E-mail-interview. 15 apr. 2013.

²⁴⁶ Kamminga, R. E-mail-interview. 15 apr. 2013.

pakkende titels' van de voorstellingen.²⁴⁷ Ondanks hun relatieve succes en het feit dat het gezelschap inmiddels al enkele jaren te zien is in Groningen heeft het geen vaste achterban weten op te bouwen. Kamminga denkt dat dit te maken heeft met het feit dat tg STAN in Groningen niet hetzelfde kwaliteitsmerk heeft als in Vlaanderen. Zodoende heeft hij vanwege de geringe publieksbelangstelling de beslissing moeten nemen om het gezelschap slechts één avond per voorstelling te programmeren in plaats van de gebruikelijke twee avonden.²⁴⁸

Wanneer we wederom een vergelijking trekken tussen de Vlaamse toneelgezelschappen en toneelgroep de Warme Winkel, zien we dat dit gezelschap ook hier een betere publieksopkomst kent. Volgens Kamminga ligt dit onder andere aan de uitvoerige persaandacht die het gezelschap krijgt. Tijdens de voorstellingenreeks *Weense herfst*, die in 2011 te zien was in Groningen, heeft de Warme Winkel bewust geïnvesteerd in de publieksopbouw in Groningen, waardoor het nu kan rekenen op een vaste achterban.²⁴⁹

5.2.5 Gieske Bienert, programmeur van Plaza Futura

Programmeur Gieske Bienert van Plaza Futura in Eindhoven heeft in de afgelopen jaren gekozen voor progressief theater, theater dat niet noodzakelijk veel publiek binnenhaalt. In de afgelopen jaren hebben zowel tg STAN, SKaGeN als Abattoir Fermé in Plaza Futura gestaan. De laatste jaren heeft tg STAN echter niet meer in Plaza Futura gespeeld, omdat het de theaterzaal is ontgroeid.

De voorstellingen van Abattoir Fermé liepen in dit theater iets beter dan de voorstellingen van SKaGeN. Na verloop van tijd kreeg Bienert echter wel de indruk dat het publiek na het zien van een voorstelling van Abattoir Fermé 'voorlopig geen voorstelling van dit gezelschap hoefde te zien', iets wat volgens haar komt doordat de voorstellingen 'erg expressief zijn'. Het is Abattoir Fermé dan ook niet gelukt om een vaste achterban in Eindhoven op te bouwen.²⁵⁰

SKaGeN vond vrij snel na zijn oprichting in 2000 een speelplek in Plaza Futura. Het documentaire-achtige theater van SKaGeN, dat vaak gebaseerd is op non-fictieve gebeurtenissen, sprak Bienert erg aan en sloot goed aan bij de progressieve programmering van Plaza Futura. De afgelopen jaren heeft Plaza Futura steeds minder Vlaamse theatergezelschappen geprogrammeerd. Dit had voornamelijk te maken met de afschaffing van de *vuurtorenregeling*.²⁵¹ Plaza Futura was een van de vijf 'vuurtorens' die subsidie kreeg om Vlaams theater te programmeren. Zonder deze regeling is het voor dit theater lastiger

²⁴⁷ Kamminga, R. E-mail-interview. 15 apr. 2013.

²⁴⁸ Ibidem.

²⁴⁹ Ibidem.

²⁵⁰ Bienert, G. Telefonisch interview. 3 apr. 2013.

²⁵¹ Zie noot 228.

(want duurder) geworden om Vlaams theater te programmeren. Dit betekende echter niet het einde voor Vlaams theater bij Plaza Futura. Hoewel er in de loop der jaren Vlaamse gezelschappen zijn afgevallen, zijn er immers ook zeker enkele gezelschappen bij gekomen.²⁵²

Bienert merkt wel dat het steeds lastiger is geworden om publiek te vinden voor Vlaams theater. Dat Eindhoven een provinciestad is helpt volgens Bienert niet mee wat betreft toeloop voor Vlaams theater. Ook blijft een gezelschap zoals SKaGeN volgens haar onbekend omdat het op relatief weinig plekken in Nederland te zien is. Wel signaleert Bienert dat de publieksopkomst voor Vlaams theater bij Plaza Futura over het algemeen relatief stabiel is en dat er sprake is van een trouw publiek, maar het gaat volgens Bienert wel steeds om relatief kleine aantallen. Dit geldt ook voor de voorstellingen van SKaGeN, hoewel de ene voorstelling meer publiek wist te trekken dan de andere, iets wat volgens haar te maken had met het onderwerp van de voorstelling. Overigens heeft Bienert het idee dat steeds minder theaters in Nederland Vlaams theater programmeren.²⁵³

Het feit dat *CCC de vette jaren zijn voorbij* van SKaGeN geannuleerd moest worden heeft volgens Bienert niet zozeer te maken met het feit dat deze voorstelling Vlaams was, maar was eerder een gevolg van de algehele experimentele programmering van Plaza Futura.²⁵⁴ In de loop der jaren zijn ook voorstellingen van Nederlandse theatergezelschappen geannuleerd. Waarom de ene voorstelling beter loopt dan de andere voorstelling vindt Bienert lastig te zeggen. De populariteit van een voorstelling kan liggen aan het onderwerp van een voorstelling, maar ook zoiets als weersomstandigheden kunnen meespelen in het beslissingsproces van publiek. Ook werkt niet mee dat de Vlaamse gezelschappen niet echt bekend zijn in Nederland.²⁵⁵

5.3 Conclusie

Het is duidelijk dat de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé geen grote publiekstrekkers zijn bij de vlakkevloertheaters de Brakke Grond, de Toneelschuur, de Verkadefabriek, het Grand Theatre en Plaza Futura. Het geprogrammeerde theateraanbod bij deze theaters is in de regel postdramatisch van aard. Het vlakkevloertheater is een voortzetting van het vormingstheater dat na *Aktie Tomaat* de norm werd.²⁵⁶ In feite kan

²⁵² Bienert, G. Telefonisch interview. 3 apr. 2013.

²⁵³ Ibidem.

²⁵⁴ *CCC de vette jaren zijn voorbij* ging, zoals eerder beschreven, over de extreem-linkse Belgische terreurgroep Cellules Communistes Combattantes.

²⁵⁵ Bienert, G. Telefonisch interview. 3 apr. 2013.

²⁵⁶ Krans 2010 en Van den Hoogen: 1130 en 1133.

gesteld worden dat het vlakkevloertheater in Nederland na Aktie Tomaat postdramatisch van aard is.²⁵⁷

Van bovengenoemde theaters wisten de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé bij de Brakke Grond het meeste publiek te trekken. De ene voorstelling werd beter bezocht dan de andere voorstelling, maar zoals Frans Lommerse zei: '[...] als we wisten waar dat aan lag dan was iedere voorstelling uitverkocht'. Vlaams theater loopt al enkele jaren niet zo goed in Nederland en de crisis en de bezuinigingen op kunst en cultuur in Nederland hebben ook niet bijgedragen aan een grotere publieksopkomst. Kathleen Treier (tg STAN) en Nick Kaldunski (Abattoir Fermé) benoemden twee problemen, wat betreft de geringe belangstelling voor Vlaams theater: allereerst dat de communicatieafdelingen van Nederlandse theaters niet de promotie doen voor de geprogrammeerde voorstellingen en dat toneelgezelschappen die in Nederland spelen zelf deze promotie moeten verzorgen. Nederlandse toneelgezelschappen zijn dat gewend en draaien zodoende hun hand niet om voor extra promotionele activiteiten. Vlaamse toneelgezelschappen zijn deze verdeling echter niet gewend en hebben de tijd en het geld niet voor extra promotionele activiteiten, waardoor Vlaams theater in Nederland niet actief onder de aandacht kan worden gebracht. Daarnaast geven de geïnterviewden aan dat het subsidiestelsel van Vlaanderen aanzienlijk verschilt van dat van Nederland. Daarom moeten Vlaamse gezelschappen winst maken met hun voorstellingen in Vlaanderen om in Nederland te kunnen spelen. Met deze winst kan dan het spelen van enkele voorstellingen in Nederland worden bekostigd.

Volgens Lieke Jordens (Verkadefabriek) worden voorstellingen van Nederlandse toneelgezelschappen in de Verkadefabriek beter bezocht dan voorstellingen van Vlaamse toneelgezelschappen. Volgens haar ligt dat voornamelijk aan het feit dat er niet genoeg publicitaire ondersteuning is vanuit de toneelgezelschappen zelf en tevens aan de geringe aandacht die Vlaamse toneelgezelschappen krijgen in de Nederlandse pers.²⁵⁸

Vlaams theater lijkt in een vicieuze cirkel te zitten, waar het maar lastig uit kan komen. Naast de bezuinigingen op cultuur, zijn ook de culturele katernen van de kranten ingekrompen waardoor er minder aandacht aan kunst en cultuur kan worden besteed. Omdat de tournees van Vlaamse gezelschappen in Nederland vaak niet uitgebreid zijn, vindt de Nederlandse pers het in de regel niet interessant om over deze voorstellingen te schrijven. Door de geringe persaandacht blijft Vlaams theater zodoende onbekend onder het Nederlandse publiek, waardoor de bezoekersaantallen niet hoog zijn en de speellijsten klein blijven. Ook Rudi Kamminga (Grand Theatre) denkt dat een Nederlands toneelgezelschap als de Warme Winkel beter wordt bezocht vanwege de vele persaandacht die dat gezelschap krijgt. Daarnaast heeft dit gezelschap ook actief geïnvesteerd in een publieksopbouw in Groningen.²⁵⁹ Ook Gieske Bienert (Plaza Futura) heeft in de afgelopen jaren gemerkt dat het

²⁵⁷ Zie § 3.1.

²⁵⁸ Jordens, L. E-mail-interview. 2 apr. 2013.

²⁵⁹ Kamminga, R. E-mail-interview. 15 apr. 2013.

steeds lastiger is geworden om publiek te vinden voor Vlaams theater. Zij denkt echter dat dat mede te wijten is aan het feit dat steeds minder theaters in Nederland Vlaamse toneelgezelschappen programmeren, waardoor Vlaams theater ook relatief onbekend blijft.²⁶⁰ Volgens Piet Menu (Brakke Grond) is de geconstateerde geringe belangstelling niet alleen voorbehouden aan Vlaams theater, maar ook aan het onbekende Nederlandse (postdramatische) theater in Nederland. Dit probleem zou opgelost kunnen worden door met de sector in gesprek te gaan, om te bezien hoe daar het beste mee om kan worden gegaan, aldus Piet Menu.²⁶¹ Ook Frans Lommerse liet weten dat het Vlaamse theater net zo goed (of slecht) wordt bezocht als het minder bekende Nederlandse aanbod. Volgens Menu kan dit echter wel degelijk veranderd worden. Niet alleen moet er met de sector in gesprek worden gegaan, maar de mentaliteit in de Nederlandse theaterwereld moet ook veranderen: er moet volgens Menu minder geprogrammeerd worden door de Nederlandse theaters. Dit is economisch gezien voor theaters veel beter en ook de theaterbezoekers zijn bij deze houding gegarandeerd van kwaliteit bij hun theaterbezoek. Ten slotte is het ook de taak van de theaterprogrammeurs om '[...] een band te scheppen tussen wat hij wil laten zien en zijn publiek'.²⁶² Dit zal de bezoekersaantallen en de trouwheid van de bezoekers alleen maar ten goede komen, aldus Menu.

Aan de hand van de interviews kan worden geconcludeerd dat er voor Vlaams aanbod meer promotionele activiteiten ondernomen zouden moeten worden, zodat het actiever onder de aandacht van het Nederlandse publiek wordt gebracht. Daarnaast kwam tevens naar voren dat het onbekende Nederlandse (postdramatische) aanbod net zo wisselend wordt bezocht als het Vlaamse postdramatische aanbod.²⁶³ Daarom zou een algemene kunstmarketing die beter aansluit bij postdramatisch theater niet misstaan. In het volgende hoofdstuk zal aandacht worden besteed aan verschillende kunstmarketingtheorieën en welke van deze het meest geschikt zouden zijn voor (Vlaams) postdramatisch theater.

²⁶⁰ Bienert, G. Telefonisch interview. 3 apr. 2013.

²⁶¹ Ibidem.

²⁶² Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

²⁶³ Hierbij moet in acht worden genomen dat het geprogrammeerde aanbod van de Toneelschuur, de Verkadefabriek, Plaza Futura en het Grand Theatre (vlakkevloertheaters) doorgaans postdramatisch van aard is.

6. Kunstmarketing en postdramatisch theater

Om te bezien op welke manier de in de vorige hoofdstukken geconstateerde matige publieksbelangstelling voor Vlaams postdramatisch toneel zou kunnen verbeterd is het logisch te rade te gaan bij kunstmarketingtheorieën, waarbij specifiek rekening kan worden gehouden met datgene wat het theaterpubliek als theatrale ervaring verwacht en mogelijke andere motieven zijn van het publiek om een voorstelling te bezoeken. Dit is zowel van ideëel maar ook van economisch belang voor de toneelgezelschappen en theaters.

In de afgelopen jaren zijn er verschillende marketingtheorieën ontwikkeld om de ruil van waarden tussen een organisatie en belangengroepen te stimuleren. Dit staat ook wel bekend als een klantwaardebenadering, waarbij de relatie tussen de klant en de organisatie een ruilrelatie is, waarbinnen waarden worden uitgewisseld.²⁶⁴ In de afgelopen 25 jaar werd een marketingdiscipline ontwikkeld die beter zou passen bij kunstorganisaties, namelijk kunstmarketing.²⁶⁵ In de afgelopen decennia heeft kunstmarketing zich weten te ontwikkelen tot een volwaardige discipline.²⁶⁶ In dit hoofdstuk zal aandacht worden besteed aan de ontwikkeling van kunstmarketing en aan welke kunstmarketingtheorieën het beste aansluiten bij theaters met een postdramatisch theaterprogrammering.

6.1 Kunstmarketing en het oriëntatiedilemma

Het combineren van marketing en de kunsten blijkt niet een eenvoudige taak te zijn. Dit heeft met name te maken met het conflict tussen de autonomie van de kunsten en het klassieke marketingidee dat het aanbod moet worden afgestemd op de wensen en behoeften van het publiek.²⁶⁷ Het klassieke marketingidee botst doorgaans met de visie van menig kunstenaar, want voor een autonome kunstenaar blijft het lastig om het kunstwerk af te stemmen op de wensen van het publiek. Deze frictie tussen marketing en de kunsten wordt het oriëntatiedilemma (*orientational dilemma* of *arts marketing pitfall*) genoemd.²⁶⁸

In de loop der jaren is er gezocht naar geschikte manieren om met dit dilemma om te gaan, zonder dat de artistieke autonomie verloren zou gaan. Zo ontwikkelde kunstmarketing zich steeds meer tot een zelfstandige discipline, en ontstonden er verschillende richtingen binnen de kunstmarketing. In het artikel *When arts met marketing* uit 2005, noemt Hye-Kyung Lee

²⁶⁴ Boorsma 2006 (b): 89.

²⁶⁵ Joostens 2012: 120.

²⁶⁶ Rentschler 2002: 7.

²⁶⁷ Boorsma 2006 (b): 88.

²⁶⁸ Lee 2005: 295 en Boorsma 2006: 74.

vijf manieren hoe met dit oriëntatiedilemma binnen de kunstmarketingtheorie in de afgelopen jaren is omgegaan, zonder dat de 'artistieke autonomie ter discussie werd gesteld'.²⁶⁹

Het eerste marketingconcept dat Lee noemt in haar artikel is het *generic marketing concept*. Dit concept kan gezien worden als het algemene marketingconcept, en wordt door Lee ook wel het mildere marketingconcept genoemd.²⁷⁰ Bij dit concept gaat het om de optimalisatie van de ruil van waarden, zodat de wensen en behoeften van de consument worden bevredigd.²⁷¹ Zo creëert een organisatie waarden die aan de behoeften van de consument voldoen, en in ruil daarvoor draagt de consument bij aan de missie of doelen van de organisatie.²⁷² De waarden die een kunstorganisatie de kunstconsument aanbiedt kunnen van esthetische, sociale of psychologische aard zijn, en de kunstconsument geeft in ruil daarvoor zijn tijd, geld en energie.²⁷³

Het tweede marketingconcept dat Lee in haar artikel noemt is *the relationship marketing approach*. Bij dit concept draait het om de ontwikkeling van langetermijnrelaties met de consumenten.²⁷⁴ Dit marketingconcept is economisch gezien een meer verstandige keuze dan het *generic marketing concept*, waar de ruil van waarden centraal staan. Het is voor een organisatie immers goedkoper om een bestaande relatie met een klant te onderhouden, dan om een nieuwe klant binnen te halen.²⁷⁵ Volgens Lee is het doel van dit marketingconcept dat de klant in de loop der jaren trouwer zal worden en verschillende fasen van 'trouwheid' zal doorlopen waarna de consument zal veranderen van een sporadische afnemer in een regelmatige afnemer van het product, en uiteindelijk in een 'aanhanger' van het product of de organisatie.²⁷⁶ Volgens Joostens kan een bevredigende relatie met consumenten opgebouwd worden door een persoonlijke klantenservice te bieden, visuele, auditieve en cognitieve stimuli te verschaffen of de kennis over consumenten te vergroten.²⁷⁷ Hier zou bij theaters bijvoorbeeld kunnen worden onderzocht welke stimuli het theaterpubliek verlangt. Als derde marketingconcept noemt Lee de *extended definition of the customer*.²⁷⁸ Deze vorm van marketing is ook terug te vinden bij algemene marketingtheorieën en is volgens Lee niet het meest geschikt voor kunstorganisaties. Met *extended definition of the customer* wordt het begrip klant verbreed, waardoor de specifieke doelgroep niet alleen bestaat uit klanten, maar

²⁶⁹ Lee 2005 en Boorsma 2006 (b): 88.

²⁷⁰ Lee 2005: 295.

²⁷¹ Joostens 2012: 146.

²⁷² Ibidem: 145.

²⁷³ Lee 2005: 295.

²⁷⁴ Ibidem: 296.

²⁷⁵ Ibidem.

²⁷⁶ Ibidem.

²⁷⁷ Joostens 2012: 151.

²⁷⁸ Lee 2005: 296.

uit iedereen die geïnteresseerd is of kan zijn in het product.²⁷⁹ Hieronder kunnen ook medewerkers, leveranciers, vertegenwoordigers, concurrenten en de overheid vallen.²⁸⁰ Het hoofddoel van een organisatie, die gebruik maakt van deze strategie, is met name het vergroten van het publieksbereik en niet zozeer het binnenhalen van (betalende) klanten.²⁸¹ Door het verbreden van het begrip klant kan de kunstenaar ook als klant gezien worden. Hierdoor wordt het oriëntatiedilemma in feite vermeden. Immers, omdat de kunstenaar zelf de doelgroep is, hoeft hij enkel aan zijn eigen artistieke wensen te voldoen en blijft zijn artistieke autonomie intact.²⁸² Volgens Lee kan met '[...] *the extended definition of the customer, an arts organisation [...] be viewed as market-oriented even if it is more concerned with the constituencies other than actual and potential paying audiences*'.²⁸³ Dat wil zeggen dat door het verbreden van het begrip klant aan de behoeften van een gedeelte van de doelgroep wordt voldaan en niet aan de wensen van het daadwerkelijke en potentiële betalende publiek.²⁸⁴

Het vierde marketingconcept dat Lee noemt is *the extended definition of the product*.²⁸⁵ Met dit concept wordt het begrip product verbreed, en niet het begrip klant. Met deze marketingstrategie lijkt tevens het oriëntatiedilemma vermeden te worden. Kim Joostens stelt overigens in haar proefschrift dat er bij de podiumkunsten beter gesproken kan worden van *extended definition of service* in plaats van *extended definition of product*, aangezien het bij de podiumkunsten zelden gaat over de marketing van fysieke producten, maar eerder over het marketen van diensten of belevingen.²⁸⁶

Het vijfde marketingconcept van Lee is *the (re)reduction of marketing to function*, dat eveneens een oplossing lijkt te bieden voor het oriëntatiedilemma doordat het ervoor pleit om marketing aan te passen aan de artistieke missie van een kunstwerk.²⁸⁷ Dit marketingconcept is een managementfunctie die kenmerkend is voor zowel commerciële als niet-commerciële organisaties. Zo wordt het gebruikt als instrument bij kunstorganisaties om de artistieke missie zo concessieloos mogelijk te volbrengen, door de marketing zoveel mogelijk in te perken.²⁸⁸ Joostens stelt dat in de loop der jaren dit verkleinen van het bereik van de marketingafdelingen het meest gebruikt is door kunstorganisaties om het

²⁷⁹ Joostens 2012: 151.

²⁸⁰ Lee 2005: 296 en Joostens 2012: 154.

²⁸¹ Lee 2005: 296.

²⁸² Joostens 2012: 155.

²⁸³ Lee 2005: 297.

²⁸⁴ Ibidem.

²⁸⁵ Ibidem.

²⁸⁶ Joostens 2012: 148-149.

²⁸⁷ Lee 2005: 299.

²⁸⁸ Ibidem: 298

oriëntatiedilemma op te lossen.²⁸⁹ Toch blijkt dat de populariteit van deze methode steeds meer is afgenomen, waarmee Joostens voorzichtig stelt dat de weerstand tegen marketing in kunstorganisaties lichtelijk is verminderd.²⁹⁰

6.2 Kunstmarketing en (postdramatisch) theater

In de voorgaande paragrafen is kort de ontwikkeling van kunstmarketing geschetst en hoe met het oriëntatiedilemma in de afgelopen decennia is omgegaan. De opvatting dat een organisatie het aanbod moet afstemmen op de wensen van het publiek wordt ook wel de *klassieke marketingconceptie* genoemd.²⁹¹ Deze klassieke marketingconceptie is met name geschikt voor organisaties met winstoogmerk. Voor *non-profit* organisaties bleek dit concept minder goed te werken, en zodoende werd de *maatschappelijke marketingconceptie* ontwikkeld.²⁹² De maatschappelijke marketingconceptie stelt namelijk niet de directe behoeften en wensen van de doelgroepen centraal, maar de '[...] langetermijnbelangen van doelgroepen en maatschappij'.²⁹³ In de jaren '70 was de maatschappelijke marketingconceptie erg populair, en deze marketingconceptie ontwikkelde zich in de jaren '80 tot de *strategische marketingconceptie*.²⁹⁴ Bij de strategische marketingconceptie kwam, naast de langetermijnbelangen van de doelgroepen, ook de nadruk te liggen op het onderhouden en het opbouwen van relaties met deze doelgroepen.²⁹⁵ Bij deze marketingconceptie werd meer de nadruk gelegd op interactie dan op transactie, want ook het onderhouden en opbouwen van relaties met de doelgroepen stond centraal.²⁹⁶ Iets wat Kim Joostens in haar proefschrift beschrijft als de inruiling van '[...] transactiemarketing [...] voor relatiemarketing'.²⁹⁷ Er zijn enkele kunstmarketingconcepten en -theorieën in de loop der jaren ontwikkeld, die meer geschikt zijn voor theaters met een (postdramatische) toneelprogrammering. Miranda Boorsma heeft in de loop der jaren veel gepubliceerd over kunstmarketing en theater, daarom zullen voornamelijk haar theorieën in deze paragraaf worden behandeld.

²⁸⁹ Joostens 2012: 149.

²⁹⁰ Ibidem.

²⁹¹ Boorsma 1998 (a): 21.

²⁹² Ibidem.

²⁹³ Ibidem.

²⁹⁴ Ibidem.

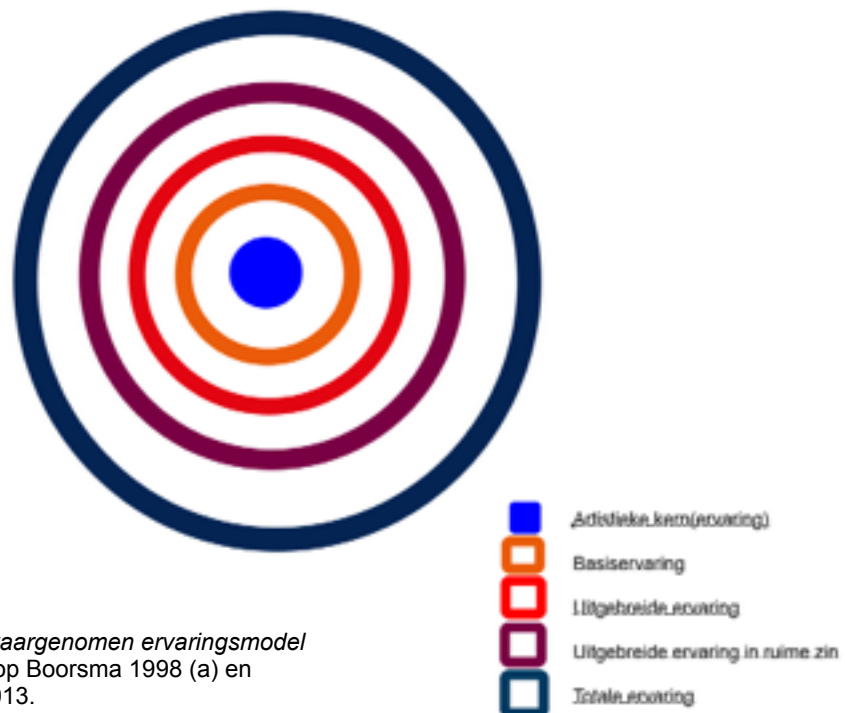
²⁹⁵ Ibidem: 22.

²⁹⁶ Ibidem.

²⁹⁷ Joostens 2012: 123. De volledige titel van het proefschrift van Kim Joostens is *Kunst & Klant in de Nederlandse podiumkunsten. Naar een betere ruil van waarden tussen aanbieders en publiek*.

Volgens Boorsma moet er een brug gebouwd worden over de *arts marketing pitfall* (oriëntatiedilemma) en dat dit dilemma niet vermeden moet worden: '[...] *the challenge is to build a bridge over the arts marketing pitfall instead of trying to evade it*'.²⁹⁸ Deze brug kan volgens Boorsma gebouwd worden door nadruk te leggen op de co-creatieve kwaliteiten van de kunstconsument. Op de co-creatieve kwaliteiten van de kunstconsument zal later dieper worden ingegaan.

In 1998 stelde Miranda Boorsma in haar proefschrift²⁹⁹ dat de (bovengenoemde) strategische marketingconceptie een goed beginpunt was voor het marketen van de kunsten, aangezien het ontwikkelen van langetermijnrelaties goed aansluit bij het streven naar een versterking van de relatie tussen kunst en samenleving.³⁰⁰ De marketingtheorieën van de strategische marketingconceptie bleken breed toepasbaar, en daardoor ook bruikbaar voor kunstorganisaties. In haar proefschrift uit 1998 introduceerde Boorsma tevens een model, *het totaal waargenomen (kunst)product model*.³⁰¹



Figuur 6.
Het totaal waargenomen ervaringsmodel
gebaseerd op Boorsma 1998 (a) en
Joostens 2013.

²⁹⁸ Boorsma 2006 (a): 76.

²⁹⁹ De volledige titel van het proefschrift van Miranda Boorsma is *Kunstmarketing: hoe marketing kan bijdragen aan het maatschappelijk functioneren van kunst, in het bijzonder van toneelkunst in Nederland*. Boorsma 1998 (a).

³⁰⁰ Boorsma 1998 (a): 21.

³⁰¹ In dit model bestaat het totale waargenomen product uit vijf lagen. Het artistieke kernproduct, het basisproduct (facilitaire en ondersteunende eigenschappen), het uitgebreide product (toegevoegde eigenschappen met overige marketingvariabelen), het uitgebreide product in ruime zin (contextuele factoren, bijvoorbeeld recensies of imago regisseur, deze factoren zijn niet beïnvloedbaar) en het totale gepercipieerde product. Boorsma 1998 (a): 211.

Volgens Boorsma bestaat het totaal waargenomen kunstproduct uit meerdere lagen. Door de buitenste lagen van het kunstproduct aan te passen, wordt er aan de marktbehoefte voldaan zonder dat de artistieke kern wordt aangetast.³⁰² Het hangt van de kunstvorm af welke lagen van het totale waargenomen kunstproduct het beste kunnen worden aangepast om dichter bij de wensen van de kunstconsument te komen of de artistieke ervaring te vergroten. In haar proefschrift heeft Joostens het model van Boorsma aangepast naar de beleving, omdat het concept van Boorsma een breder concept behelst, waaronder ook de beeldende kunsten die een fysiek product zijn. Het aangepaste model van Joostens past beter bij theater, omdat de toneelvoorstelling geen fysiek product is maar een ervaring of beleving.³⁰³ Daarom is in figuur 6 een combinatie van Joostens en Boorsma weergegeven.

In 2002 stelde Boorsma in haar artikel *Arts marketing and the societal functioning of the arts: the case of the subsidized dramatic arts in the Netherlands*³⁰⁴ dat de strategische marketingconceptie theorieën toch niet bijzonder geschikt bleken te zijn voor kunstorganisaties. In hetzelfde artikel pleit Boorsma dan ook voor het speciaal ontwikkelen van marketingtheorieën voor kunstorganisaties. Zij stelt tevens dat *'the arts world needs a theory of arts marketing that goes beyond profit marketing'*, en dat een kunstmarketingtheorie voor theaters met name gericht moet zijn op het stimuleren en ondersteunen van de laatste fase van de theatrale ervaring bij de toeschouwer.³⁰⁵ In deze laatste fase (tevens de vijfde ring in figuur 6) van de theatrale ervaring maakt de toeschouwer het kunstwerk af en de toeschouwer moet daarin worden aangespoord en ondersteund, volgens Boorsma. De toeschouwer maakt het kunstwerk af door het creëren van nieuwe metaforen en zo ontstaat de theatrale ervaring aldus Boorsma. De toeschouwer creëert een nieuwe metafoor met gebruik van zijn of haar voorstellingsvermogen, wereldbeeld en ideeën.³⁰⁶ Dit idee sluit aan bij, of is eigenlijk een uitwerking van, het *totaal waargenomen product model* van Boorsma uit 1998. Door de buitenste lagen van het productmodel aan te passen, blijft de artistieke kern immers intact.

Enkele jaren later, in 2006, publiceerde Boorsma het artikel *A strategic logic for arts marketing*³⁰⁷, waarin zij haar visie verder uitwerkt. Volgens Boorsma zijn de huidige kunstmarketingtheorieën ontwikkeld rondom de romantische visie op kunsten, namelijk kunst als autonoom fenomeen.³⁰⁸ Dit is echter, volgens Boorsma, een verouderde visie op de

³⁰² Joostens 2012: 147.

³⁰³ Ibidem: 116.

³⁰⁴ Boorsma 2002.

³⁰⁵ Ibidem: 68.

³⁰⁶ Ibidem.

³⁰⁷ Boorsma 2006 (a).

³⁰⁸ Ibidem: 75.

kunsten, want de romantische visie op kunst is inmiddels niet meer van toepassing en daardoor niet gangbaar. In een ander artikel uit 2006, *De consument als coproducent van kunst. Nieuwe inzichten in de rol van de kunstconsument*³⁰⁹, legt Boorsma dit verder uit. De kunstfilosofie heeft zich in de loop der jaren ontwikkeld van een romantische visie op de kunsten naar een relationele visie op de kunsten.³¹⁰

De term relationele esthetiek of relationele kunst werd door Nicolas Bourriaud geïntroduceerd in het boek *Esthétique Relationelle* in 1998.³¹¹ Hiermee probeerde hij de (vrijblijvende) kunstvormen van na 1990 te categoriseren. Volgens Bourriaud is relationele kunst 'a set of artistic practices which take as their theoretical and practical point of departure the whole of human relations and their social context, rather than an independent and private space'.³¹² In andere woorden, relationele kunst is niet langer een autonoom object, maar is afhankelijk van de sociale context en de toeschouwers. Het relationele kunstwerk is afhankelijk van de toeschouwers omdat het door hen wordt afgemaakt. Het relationele kunstwerk creëert een omgeving waarin mensen samenkomen en participeren in een gedeelde ervaring. Volgens Bourriaud is het bij relationele esthetiek niet langer het doel van kunstwerken om een denkbeeldige en utopische wereld te creëren, maar om een mogelijke levenswijze of een bepaalde manier van handelen in het hier en nu aan te reiken.³¹³ Er is geen vaste vorm of manier waarin een relationeel kunstwerk kan zijn gegoten, in feite is alles mogelijk.³¹⁴ De ontwikkeling van deze vorm van kunst is geleidelijk verlopen en inmiddels heeft Bourriaud een nieuwe term geïntroduceerd het *altermoderne*³¹⁵, deze term is verwant aan de stroming het postmodernisme, maar de term altermodern zal hier niet verder worden behandeld.

Met de relationele visie op de kunsten wordt dus bedoeld dat het kunstwerk sterk afhankelijk is van de ervaringen die het oproept in de '[...] confrontatie met een cultuur of subcultuur' aldus Boorsma.³¹⁶ Een werk kan daardoor alleen als kunstwerk worden bestempeld wanneer het in de ervaring van de toeschouwer als kunst werkt.³¹⁷ Hiermee is de functie van de toeschouwer ook veranderd, want bij de relationele visie op de kunsten is de toeschouwer

³⁰⁹ Boorsma 2006 (b).

³¹⁰ De relationele esthetiek werd door Nicolas Bourriaud geïntroduceerd in 1998 in *Esthétique relationelle*, waarbij het kunstwerk als katalysator in plaats van het middelpunt wordt gezien. Bij de romantische visie op de kunsten zijn de kunstenaar en het kunstwerk het middelpunt. Boorsma 2006 (b): 88.

³¹¹ Bourriaud 2002.

³¹² Gedeeltelijke vertaling: '[...] een geheel van artistieke uitoefeningen waar het uitgangspunt menselijke relaties en de sociale context is'. Bourriaud 2002: 113.

³¹³ Bourriaud 2002: 13.

³¹⁴ Zie: hyperallergic.com, 2014. Web. 5 jun. 2014.

³¹⁵ Bourriaud 2009.

³¹⁶ Boorsma 2006 (b): 88.

³¹⁷ Ibidem.

namelijk een actieve toeschouwer en niet een passieve toeschouwer (zoals bij de romantische visie op de kunsten).³¹⁸ De toeschouwer is zodoende bij een relationeel kunstconcept coproductent in het totale kunstproces.³¹⁹ Het is daarom, volgens Boorsma, meer dan ooit van belang dat de huidige kunstmarketingtheorieën worden aangepast, zodat ze aansluiten op de relationele visie op de kunsten.³²⁰ Het is belangrijk dat door middel van een marketingstrategie de toeschouwer zijn rol als coproductent zo goed mogelijk kan vervullen en dat zo de artistieke resultaten worden geoptimaliseerd.³²¹ Deze optimalisatie moet zowel plaatsvinden in kwantitatieve als kwalitatieve zin en vergt zowel inspanning van de kunstorganisatie als van de kunstconsument. Deze extra inspanning, bij de kunstconsument, houdt in dat de toeschouwer actief (naar een toneelstuk) moet kijken en gebruik moet maken van zijn of haar verbeeldingskracht.³²²

De kunstconsument kan zodoende volgens Boorsma niet meer alleen als een passieve consument worden gezien: hij of zij is immers vandaag de dag een actieve consument. Deze actieve rol van de toeschouwer is een belangrijk onderdeel van het artistieke proces. Volgens Boorsma is de artistieke ervaring de beloning die de kunstconsument ontvangt, in ruil voor de actieve participatie en het afmaken van het kunstwerk.³²³ Hierdoor is volgens Boorsma '[...] de economische ruilrelatie veranderd in een artistieke ruilrelatie'.³²⁴ In ruil voor de actieve participatie krijgt de toeschouwer immers een artistieke ervaring, een ervaring die zowel cognitief als emotioneel van aard is.³²⁵ De toeschouwer moet zich inspannen om het kunstwerk als kunst te laten werken en hierdoor levert de toeschouwer een actieve bijdrage aan het kunstproces.³²⁶ De werking van kunst als kunstwerk treedt op wanneer een kunstwerk de *waarnemingsschemata* van de kunstconsument doorbreekt, en de kunstconsument daardoor gedwongen wordt om door middel van verbeeldingskracht het kunstwerk betekenis te geven.³²⁷

In het eerder genoemde artikel uit 2006, *A Strategic Logic For Arts Marketing*, vergelijkt Boorsma de artistieke ervaring met de (in hoofdstuk twee behandelde) *flow experience* van

³¹⁸ Boorsma 2006 (b): 88.

³¹⁹ Ibidem.

³²⁰ Boorsma 2006 (a): 76 en Boorsma 2006 (b): 88.

³²¹ Boorsma 2006 (b): 89.

³²² Ibidem.

³²³ Boorsma 2006 (a): 78.

³²⁴ Boorsma 2006 (b): 90.

³²⁵ Ibidem.

³²⁶ Ibidem.

³²⁷ Ibidem en Van Maanen 2009: 119.

Csikszentmihalyi en Robinson.³²⁸ Boorsma stelt dat een *flow*-ervaring zich voordoet wanneer de activiteit uiterste concentratie vraagt van de toeschouwer. Csikszentmihalyi en Robinson lieten in hun onderzoek zien dat de *flow*-ervaring zich nog vaker voordoet in situaties wanneer het, voor de toeschouwer, een uitdaging is om iets te creëren of op te lossen.³²⁹ *Flow*-ervaringen eisen van de toeschouwer meer aandacht en inspanning, en worden pas na actieve deelname aangenaam (*'enjoyable'*).³³⁰ Het vergt dus van de toeschouwer discipline voordat een *flow*-ervaring plezierig wordt.³³¹ De artistieke ervaring kan volgens Boorsma gezien worden als een vorm van *flow*-ervaring, waarbij de toeschouwer of kunstconsument deze artistieke ervaring ontvangt in ruil voor het afmaken van het kunstwerk.³³² De artistieke ervaring (of de theatrale ervaring, in het geval van toneel) die de kunstconsument ontvangt, dient volgens Boorsma bij kunstmarketing centraal te staan. De marketing moet daarom met name gericht zijn op diensten die de kunstconsument ondersteunen in zijn rol als coproducent en daarmee in het afmaken van het kunstwerk. Hierdoor wordt de artistieke ervaring versterkt.³³³ Ook stelt Boorsma dat het vaste kunstpubliek de artistieke ervaring als een belangrijke reden beschouwt om aan kunst deel te nemen.³³⁴ Zodoende is het belangrijk dat binnen een kunstorganisatie niet alleen de nadruk ligt op de wensen en behoeften van de consumenten, maar ook op de co-creatieve kwaliteiten van de kunstconsumenten. Daarnaast stelt Boorsma dat een kunstinstelling alleen een '[...] langdurige structurele band met het publiek kan opbouwen door het [publiek] bewust te maken van én waardering te geven voor zijn bijdrage als coproducent'.³³⁵ Om de artistieke waarde te vervullen moet er volgens Boorsma niet alleen in technisch jargon over kunst woorden gepraat maar ook in '[...] gewoon Nederlands'.³³⁶ Hiermee bedoelt Boorsma dat het juist van belang is om nieuw en incidenteel publiek binnen te halen bij de kunsten, omdat die anders naar het kunstwerk kijkt dan ervaren kunstpubliek en niet een kunsttechnisch referentiekader heeft om werken te interpreteren.³³⁷ Daarnaast blijkt volgens Boorsma dat in de praktijk kunstinstellingen vaak te sterk zijn gefixeerd op het vaste kunstpubliek.

Wat Bourriaud met *Esthétique Relationelle* heeft gedaan voor de beeldende kunsten komt overeen met wat Hans Thies Lehmann (zoals behandeld in het eerste hoofdstuk) heeft

³²⁸ Boorsma 2006 (a): 79, zie noot 102 en 113.

³²⁹ Boorsma 2006 (a): 79.

³³⁰ Ibidem.

³³¹ Ibidem.

³³² Ibidem.

³³³ Boorsma 2006 (b): 90.

³³⁴ Ibidem.

³³⁵ Ibidem.

³³⁶ Ibidem.

³³⁷ Ibidem.

gedaan voor de uitvoerende kunsten. Hoewel Bourriaud niet zoals Lehmann elf kenmerken noemt van relationele kunst, tonen postdramatisch theater en relationele kunst (of relationele esthetiek) op enkele punten overeenkomsten. Postdramatisch theater kan in feite gezien worden als een vorm van relationele kunst en daarom past de theorie van Boorsma over co-creatie goed bij theaters met een postdramatische theaterprogrammering. Op welke punten postdramatisch theater en relationele esthetiek overeenkomen zal hieronder worden belicht. Het belangrijkste kenmerk van relationele kunst is sociale interactie. Deze sociale interactie vindt plaats tussen de toeschouwers onderling, tussen de toeschouwers en het kunstwerk en tussen de toeschouwers en de kunstenaar. In feite is er zonder toeschouwers niet sprake van een relationeel kunstwerk, de toeschouwers maken het kunstwerk af.³³⁸ De toeschouwers zijn, zoals Boorsma dat noemt, coproductent.³³⁹ Sociale interactie is tevens een belangrijk kenmerk van postdramatisch theater. Bij postdramatisch theater kan er op verschillende manieren contact met het publiek worden gezocht en het tiende kenmerk van Lehmann (*irruption of the real*) is daar een goed voorbeeld van.³⁴⁰ Met dit kenmerk wordt er op de speelvloer met zowel de fictieve als de echte wereld gespeeld. Dit spel tussen het fictieve en het echte bestaat onder andere uit het doorbreken van de vierde wand, want op die manier dringt de echte wereld de fictieve wereld binnen.

Vanwege het sociale karakter van een relationeel kunstwerk, kan het niet als een autonoom object gezien worden, maar als een doorlopend proces zonder duidelijk begin of einde. Dit komt overeen met het elfde kenmerk van postdramatisch theater, de *gebeurtenis of situatie*.³⁴¹ Hoewel de theatrale gebeurtenis per definitie een sociale gebeurtenis is, want zonder toeschouwers kan er niet gesproken worden van een theatrale gebeurtenis, nemen de toeschouwers bij postdramatisch theater een bijzondere positie in.³⁴² Tijdens een postdramatisch toneelstuk vindt er namelijk regelmatig publieksparticipatie plaats en wordt er tijdens de voorstelling direct en indirect ingegaan op de betekenis van het aanwezig zijn van het publiek.³⁴³ Niet alleen de communicatie tussen de acteurs en de toeschouwers is bepalend voor de postdramatische theatrale ervaring, maar ook de communicatie tussen de toeschouwers onderling is van wezenlijk belang voor de postdramatische theatrale ervaring.³⁴⁴ De rol van de toeschouwer wordt bij postdramatisch theater extra benadrukt en het plaatsen van de toeschouwers op de voorgrond is de grootste overeenkomst tussen een postdramatisch toneelstuk en een relationeel kunstwerk. De overeenkomsten tussen postdramatisch theater en relationele kunst tonen aan dat de kunstmarketingtheorie van

³³⁸ Boorsma 2006 (b): 90 en Bourriaud 2002: 113.

³³⁹ Boorsma 2006 (b): 88 en 90.

³⁴⁰ Lehmann 2006: 99 en zie noot 63.

³⁴¹ Lehmann 2006: 104.

³⁴² De meest eenvoudige definitie van de theatrale gebeurtenis gegeven door Eric Bentley is A speelt B terwijl C toekijkt. Bentley 1966: 150.

³⁴³ Lehmann 2006: 104.

³⁴⁴ Ibidem.

Miranda Boorsma over co-creatie bij uitstek geschikt is voor theaters met een postdramatische theaterprogrammering.

6.3 De actieve (kunst)consument: een analyse

Bij de hierboven genoemde marketingconcepten staat de omgang met het oriëntatiedilemma centraal, waarbij deze concepten vooral trachten om de artistieke autonomie van het kunstproduct intact te houden. Volgens Lee ligt aan deze concepten de overtuiging ten grondslag dat men het meeste baat heeft bij een kunstwerk wanneer dit kunstwerk de werkelijke creatieve intenties van de kunstenaar belichaamt.³⁴⁵ Wanneer de kunstenaar de vrijheid heeft te creëren wat hij wil creëren, en niet beperkt wordt door marktbehoeften, dan zal het kunstwerk een positieve invloed hebben op de kunstconsument.³⁴⁶ Met kunst is het mogelijk de geest te verruimen en te verrijken, omdat onder andere de verbeelding en het gevoelsleven worden geprikkeld. Dankzij deze gedachte voert bij kunstmarketingtheorieën de romantische visie op de kunsten de boventoon, terwijl een relationele visie meer van deze tijd is. Dat wil niet zeggen, dat met de relationele visie op de kunsten, geen sprake kan zijn van artistieke autonomie. Juist wanneer het relationele kunstconcept wordt gehanteerd, ontstaat er een balans met betrekking tot het oriëntatiedilemma. Immers, zowel het kunstwerk als de kunstconsument zijn cruciaal voor het 'slagen' van het kunstwerk bij het relationele kunstconcept. Het enige verschil tussen het romantische kunstconcept en het relationele kunstconcept is dat bij het relationele kunstconcept meer inspanning wordt gevraagd van de kunstconsument. De kunstconsument is niet langer een passieve consument van de kunsten, maar (in de theorie van Boorsma) een co-producent en daarmee noodzakelijk in het creëren van de artistieke ervaring.

Niet alleen de houding van de kunstconsument, maar ook de houding van de consument in het algemeen is in de afgelopen jaren veranderd, van een passief naar zeer actieve consument. Als gevolg van de opkomst van digitale en met name sociale media wordt de consument bij veel producten betrokken. Daarnaast is er dankzij de sociale media ook meer zicht op het gedrag en de voorkeuren van de (kunst)consument. Hierdoor is het mogelijk om marketingtheorieën op maat te maken, die beter aansluiting vinden bij de wensen van de (kunst)consument. Al met al kan worden gesteld dat men probeert om met verschillende kunstmarketingtheorieën het oriëntatiedilemma te omzeilen en dat er gezocht wordt naar een marketingstrategie die het beste bij kunstorganisaties past. Volgens Lee draait het bij een kunstorganisatie om het binnenhalen van kunstconsumenten, waarna er met deze kunstconsumenten een goede relatie moet worden opgebouwd, die moet worden onderhouden.³⁴⁷ Ook is het de bedoeling dat de belangengroep van geïnteresseerde kunstconsumenten wordt uitgebreid, waardoor het publieksbereik wordt vergroot. Ook

³⁴⁵ Lee 2005: 300.

³⁴⁶ Ibidem.

³⁴⁷ Ibidem.

consumenten die in eerste instantie niet geïnteresseerd zijn in het kunstproduct kunnen immers kunstconsument worden.³⁴⁸ Dit kan gezien worden als een van de basistaken van iedere kunstorganisatie. Welk marketingconcept het beste past bij een kunstorganisatie hangt echter af van de missie van de betreffende kunstorganisatie.

Bij theaters met een postdramatische theaterprogrammering is het van belang dat er opnieuw gekeken wordt naar de marketingconcepten die zij hanteren, en of deze concepten stoelen op een romantisch of op een relationeel kunstconcept. Immers, bij een postdramatisch toneelaanbod sluit een marketingconcept gebaseerd op een relationele visie op de kunsten beter aan, omdat bij postdramatisch theater het publiek namelijk een belangrijk en onmisbaar onderdeel van de theatrale ervaring is. De toeschouwers maken immers de theatrale ervaring bij postdramatisch theater af. Het is zodoende van belang dat een marketingconcept met betrekking tot postdramatisch theater op de *co-creatieve* aspecten van de toeschouwer inspeelt, zodat het publiek wordt gestimuleerd en wordt geholpen bij deze co-creatie. Het marketingconcept, uit het artikel van Lee, dat het beste bij de relationele visie op de kunsten past, is de *extended definition of product*. Joostens spreekt in haar proefschrift van *extended definition of service*, een term die beter aansluit bij theaters in het algemeen omdat zij een theatrale dienst (beleving) aanbieden. Dit marketingconcept is van de vijf door Lee genoemde concepten, het meest geschikt voor theaters met een postdramatische toneelprogrammering. Door de definitie van het begrip product te verruimen kan het product aangepast worden, zodat het aan de marktbehoefte voldoet.³⁴⁹ We kunnen stellen dat het bij kunstproducten niet alleen om het product draait, maar ook om de 'totale ervaring'. Het is echter de vraag hoe dit product zodanig kan worden aangepast aan de marktbehoefte zonder dat het kernproduct (in dit geval de artistieke kern) wordt aangetast. Hier sluit de theorie van Miranda Boorsma over het *totale waargenomen kunstproduct* goed bij aan, wat Joostens in haar proefschrift tevens heeft aangepast naar de ervaring (beleving).³⁵⁰ Tevens noemt Joostens een ander marketingconcept dat eveneens goed aansluit bij een relationele visie, namelijk *the focus on the experience of the service*.³⁵¹ Dit marketingconcept is gebaseerd op de theorie van Boorsma over de kunstconsument als co-producent en stelt dat de vraag welk marketingconcept het beste past bij welk theater, niet alleen afhangt van de missie van het betreffende theater, maar eveneens van de programmering van dat theater.

Theaters met een postdramatische theaterprogrammering zouden het meeste baat hebben bij een marketingconcept dat een combinatie is van het *totaal waargenomen productmodel* van Boorsma, gecombineerd met de later ontwikkelde theorie van Boorsma over *co-creatie*, het model van Lee *extended definition of product* en het model van Joostens *the focus on*

³⁴⁸ Lee 2005: 300.

³⁴⁹ Ibidem: 297.

³⁵⁰ Boorsma 1998 (a): 211, Joostens 2012: 116 en zie noot 301.

³⁵¹ Joostens 2012: 149.

the experience of the service. Om het model van Boorsma passend te maken voor postdramatisch theater zou de derde laag van het model kunnen worden aangepast (het totaal waargenomen product of ervaring), dat is het totaal gepercipieerde kunstproduct. In deze laag gaat het erom hoe het product wordt geleverd.³⁵² Hoe het product wordt geleverd, wordt volgens Boorsma in hoge mate bepaald door '[...] de activiteiten ter bevordering van het ruilproces, vooral marketingvariabelen als de prijs, de reclame en het contact met de klant.'³⁵³ Door randprogrammering aan te bieden in de derde laag kan tevens de vierde laag enigszins worden beïnvloedt. De vierde laag kan namelijk niet direct worden aangepast, omdat de vierde laag de niet beïnvloedbare contextuele factoren zijn. Door het toneelstuk echter te onderscheiden van het overige toneelaanbod in Nederland, door bijvoorbeeld een uitgebreide en unieke randprogrammering, kan de vierde laag indirect worden beïnvloedt.³⁵⁴ Naast het feit dat een randprogrammering als een onderscheidende factor kan werken, kan het tevens de co-creatieve kwaliteiten van de toeschouwers stimuleren. Zoals gezegd is in de vijfde laag de consument zelf actief, in deze laag brengt de kunstconsument (toeschouwer) de overige lagen samen. Door een element toe te voegen aan een van de lagen kan het samenbrengen van de overige ringen gestimuleerd worden en wordt de kunstconsument tevens geholpen in het co-creëren. De functie van de kunstconsument als coproducent vindt echter niet in letterlijke zin plaats, de kunstconsument zal met zijn co-creatie niet de regisseur ondersteunen tijdens de creatie en naar aanloop van het toneelstuk. De co-creatie van de toeschouwer vindt plaats door zijn of haar aanwezigheid bij het toneelstuk, zoals uitgelegd met het elfde kenmerk van Lehmann (*de gebeurtenis*).³⁵⁵ De toeschouwer is namelijk coproducent en speelt een cruciale rol bij de realisatie van de artistieke doelen. Dit houdt in dat de artistieke waarde pas kan worden gerealiseerd in de confrontatie met een publiek en bovendien context gebonden is.

Het postdramatische (Vlaams) theateraanbod zou het meeste baat hebben bij een uitgebreide randprogrammering. Deze randprogrammering kan op verschillende manieren worden vormgegeven en kan bijvoorbeeld bestaan uit een inleiding vooraf aan het toneelstuk. Hoewel dit wellicht haaks staat op het postdramatische karakter van het creëren van een onzekerheidsgevoel bij en overladen van de toeschouwers, hoeft een inleiding vooraf aan het toneelstuk daar geen inbreuk op te doen. Met een inleiding vooraf zal niet noodzakelijkerwijs een verassingselement verloren gaan. Zo zou tijdens een inleiding bijvoorbeeld op de inspiratiebronnen van het desbetreffende toneelstuk kunnen worden ingegaan, in plaats van te beschrijven wat de toeschouwers zullen gaan zien. Omdat postdramatisch theater (zie het criterium *parataxis* van Lehmann³⁵⁶) geen hiërarchische

³⁵² Boorsma 1998 (b): 54 en zie noot 301.

³⁵³ Ibidem: 54.

³⁵⁴ Ibidem.

³⁵⁵ Zie noot 63.

³⁵⁶ Ibidem.

structuur kent en daarmee de tekst niet op een voetstuk wordt geplaatst, is de kans zeer klein dat met een inleiding vooraf afbreuk wordt gedaan het postdramatische karakter van het toneelstuk. Bij postdramatisch theater wordt immers gebruik gemaakt van een groot aantal theatrale middelen, die ieder op hun eigen manier bijdragen aan het verwarren en overladen van de toeschouwers. Daarnaast kan de randprogrammering ook bestaan uit een tentoonstelling, rondleiding door het décor, besprekingen (vooraf of na afloop) met de regisseur, acteurs of toneelschrijver(s). Ook lezingen met betrekking tot het onderwerp van de voorstelling zouden gegeven kunnen worden in het kader van een randprogrammering. De mogelijkheden zijn eindeloos, maar een unieke en uitgebreide randprogrammering zou absoluut niet misstaan bij theaters met een postdramatische toneelprogrammering. Het publiek is een belangrijk onderdeel van de postdramatische theatrale ervaring, waardoor het belangrijk is dat een marketingconcept van een theater met een postdramatische programmering hierop inspeelt. Postdramatisch theater is in feite een relationeel kunstconcept, wat betekent dat een marketingconcept daarop moet aansluiten. Volgens Boorsma moeten nog veel organisaties deze overstap maken van een autonoom naar een relationeel kunstbegrip, een omslag die moeizaam zal zijn en van binnenuit zal moeten komen.³⁵⁷ Wanneer theaters de overstap maken naar een relationeel kunstbegrip zou de relatie tussen het Nederlandse theaterpubliek en (Vlaams) postdramatisch toneel kunnen worden verbeterd. Want daarmee wordt erkend dat de toeschouwers onmisbaar zijn voor de theatrale ervaring en dat de toeschouwers in feite de postdramatische theatrale ervaring afmaken.

³⁵⁷ Boorsma 2006 (b): 93.

7. Conclusie en beschouwing

Het uitgangspunt van deze scriptie is het geconstateerde getalsmatig lage theaterbezoek aan Vlaams toneel in Nederland dat postdramatisch van aard zou zijn. Dit was de conclusie van het door mij in het kader van mijn master gedane onderzoeksstage naar Vlaams toneel in Nederland in opdracht van het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond. Om die reden staat in het onderzoek van deze scriptie het Vlaams postdramatisch aanbod centraal en is de volgende hoofdvraag geformuleerd:

Welke kunstmarketingbenadering is geschikt om de publieksbelangstelling voor het Vlaams postdramatische toneelaanbod in Nederland te vergroten?

Bij dit onderzoek is uitgegaan van de hypothese dat de toneelvoorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé postdramatisch van aard zouden zijn. Na de analyse van de in hoofdstuk één beschreven kenmerken van postdramatisch theater kan deze hypothese worden bevestigd. Bij de voorstellingen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé zijn immers overduidelijk karaktertrekken van postdramatisch theater aanwezig, met als belangrijkste kenmerken de actieve kijkhouding, het vervreemden van de toeschouwers en visuele dramaturgie.

Om de kwestie van het Nederlands theaterbezoek aan het Vlaams postdramatisch theater in kwantitatieve zin inzichtelijk te maken was het nodig daarover cijfermateriaal te presenteren en dit af te zetten tegen het toneelbezoek in Nederland in het algemeen. Daartoe werden in overeenstemming met de deelvragen drie en vier, eerst in hoofdstuk drie de verzamelde algemene cijfers voor het Nederlandse theaterbezoek weergegeven en geanalyseerd aan de hand van rapporten van de VSCD, en werden in hoofdstuk vier de verzamelde cijfers voor de gekozen Vlaamse toneelgezelschappen in de vijf Nederlandse theaters weergegeven en geanalyseerd. In beide gevallen is een periode van tien jaar genomen, te weten van 2002 tot en met 2012. Deze op cijfers gebaseerde bevindingen werden vervolgens aan de hand van de in hoofdstuk vijf centraal staande deelvraag (hoe heeft Vlaams theater zich in de periode 2002 tot en met 2012 ontwikkeld?) in perspectief geplaatst en nader verklaard door middel van interviews met deskundigen uit de theatersector. Bij het in context plaatsen van de cijfers werden tevens voorwaarden waaronder en methoden waarop de positie van Vlaams theater in Nederland verbeterd zou kunnen worden gezien.

In het zesde hoofdstuk is onderzocht welke kunstmarketingtheorieën en -concepten het meest geschikt zouden zijn om de publieke belangstelling voor het Vlaams postdramatische toneelaanbod te vergroten.

De cijfers van de VSCD, in hoofdstuk drie, verduidelijkten dat het Nederlandse theaterpubliek geen grootverbruiker is van toneel, maar dat er wel sprake is van een stabiel percentage

toneelbezoek, dat rond de 12% ligt (ten opzichte van het totale bezoek aan podiumkunsten in Nederland). Na een analyse van de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé bij vijf vlakkevloertheaters in Nederland, kwam naar voren dat de voorstellingen van deze toneelgezelschappen wisselend werden bezocht. Zo was in deze periode slechts één voorstelling uitverkocht (*Tourniquet* van Abattoir Fermé in 2007). In vergelijking met het relatief vaste percentage van theaterbezoek in Nederland in het algemeen, bleek dat er ook bij postdramatisch Vlaams toneel in Nederland sprake is van een constante in bezoekersaantallen, zij het dat deze bezoekersaantallen aan de lage kant zijn. In de periode 2002 tot en met 2012 waren de bezoekersaantallen van tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé redelijk constant en was er sprake van lichte schommelingen, met een enkele uitschieter naar boven of naar beneden. Daarmee kan over het geheel genomen de relatie tussen het Nederlands theaterpubliek en het Vlaams postdramatisch toneel getypeerd worden als een redelijk stabiele (maar getalsmatige lage) relatie.

Is het mogelijk om de relatie tussen het Nederlandse theaterpubliek en het Vlaams postdramatisch toneel (op enkele punten) te verbeteren? Op grond van de in de hoofdstukken één, twee en zes verkregen theoretische inzichten lijken daarvoor inderdaad mogelijkheden te zijn. In hoofdstuk twee, waarin de theatrale gebeurtenis en ervaring centraal stond, kwam naar voren dat de toeschouwer meer waardering kan opbrengen voor een toneelstuk wanneer hij of zij het als een logisch geheel kan zien. De toeschouwer krijgt dan een voldaan gevoel en ervaart de voorstelling als aangenaam (*enjoyable*). Zoals gesteld is postdramatisch theater een reactie op klassiek drama, waarbij alle klassieke dramatische kenmerken worden verworpen. Hierdoor is het voor het publiek over het algemeen lastig om een postdramatische toneelvoorstelling te begrijpen en als een samenhangend en logisch geheel te zien. Dit staat een 'aangename' ervaring van postdramatisch theater vaak in de weg. Immers, door het verwerpen van de klassieke dramatische kenmerken schetst het postdramatische theater voor het onervaren publiek, geen herkenbaar kader. Het vergt zodoende van het theaterpubliek meer competentie om een postdramatische toneelvoorstelling als een logisch geheel te zien, dan in het geval van een dramatische toneelvoorstelling. Het gegeven dat het meer competentie en inspanning vergt om een postdramatische voorstelling te begrijpen sluit aan bij de *flow*-ervaring van Csikszentmihalyi en Robinson. Een *flow*-ervaring vraagt immers om een investering van de toeschouwer voordat het voor hem of haar aangenaam wordt. Volgens Boorsma is de artistieke ervaring en daarmee ook de (met name postdramatische) theatrale ervaring een variant op de *flow*-ervaring. Bovendien is deze theatrale ervaring volgens haar tevens de klantwaarde. Daarom moet volgens Boorsma (bij theaters met een postdramatische toneelprogrammering) de marketing meer gericht zijn op diensten die de kunstconsument ondersteunen in zijn rol als coproducent, waardoor de theatrale ervaring voor de kunstconsument wordt verbeterd.

Uit de matige bezoekersaantallen aan Vlaams postdramatisch theater in Nederland mag dan ook niet automatisch de conclusie worden getrokken dat er voor postdramatisch Vlaams

theater bij het Nederlandse theaterpubliek onvoldoende belangstelling is. Alvorens die conclusie te kunnen trekken, moet er alles aan zijn gedaan om het potentiële in postdramatisch theater geïnteresseerde publiek (dat mogelijk niet omvangrijk is) te bereiken en over te halen Vlaams postdramatisch toneel te bezoeken. Hierin zou vooruitgang kunnen worden geboekt door het potentieel geïnteresseerde publiek te ondersteunen bij het optimaliseren van zijn of haar theatrale ervaring. Dat zou kunnen door het hanteren van een daarop afgestemde kunstmarketingtheorie.

Een geschikte theorie zou de kunstmarketingtheorie over co-creatie van Boorsma kunnen zijn. Boorsma stelt dat de huidige kunstmarketingtheorieën stelen op een verouderde romantische visie op de kunsten. De kunstfilosofie heeft zich in de afgelopen jaren echter ontwikkeld naar een relationele visie op de kunsten. Een relationeel kunstconcept is sterk afhankelijk van de ervaringen die het oproept in de confrontatie met een cultuur of subcultuur. Dat wil zeggen dat kunst alleen kunst genoemd kan worden, wanneer de toeschouwer 'het ook als kunst ervaart'. Dit is anders bij het romantische kunstconcept, aangezien het kunstwerk daar een autonoom functionerend object is, waarbij de toeschouwer in een passieve positie verkeert. De artistieke waarde van een relationeel kunstwerk ontstaat in confrontatie met het publiek, waardoor bij een relationeel kunstconcept de toeschouwer coproductent van het totale kunstproces is. De toeschouwer maakt het kunstwerk af door er actief aan deel te nemen en de beloning die hij of zij ontvangt in ruil voor het actieve deelnemen is de artistieke ervaring. Deze artistieke ervaring wordt niet voor, maar in samenwerking met de toeschouwer gecreëerd. Postdramatisch theater is in feite een relationeel kunstconcept. Want net zoals relationele kunst neemt de toeschouwer bij postdramatisch theater een bijzondere rol in. Bij onder andere de kenmerken *geburtenis* en *irruption of the real* van Lehmann, staat de toeschouwer centraal en de communicatie tussen de acteurs en de toeschouwers staat op de voorgrond. Met deze kenmerken wordt de toeschouwers 'gedwongen' actief te kijken en zo het kunstwerk af te maken. In ruil voor het actieve deelnemen aan een postdramatisch toneelstuk ontvangt de toeschouwer de theatrale ervaring. De kunstmarketingtheorie van Miranda Boorsma over co-creatie is daarom bij uitstek geschikt voor theaters met een postdramatische toneelprogrammering. De marketing van theaters met een postdramatische toneelprogrammering zou immers eigenlijk gericht moeten zijn op het ondersteunen van de toeschouwer in zijn rol als coproductent. Het ondersteunen van deze functie bij de toeschouwer kan op verschillende manieren worden gerealiseerd. De kunstmarketingtheorie die Hye-Kung Lee *extended definition of the product* noemt, of de volgens Kim Joostens' beter passende *extended definition of the service*, kan gecombineerd worden met de theorie van Boorsma over co-creatie. Joostens spreekt van *extended definition of the service* omdat bij podiumkunsten geen fysiek product wordt aangeboden, maar een dienst, te weten de theatrale ervaring. Met *extended definition of the service* wordt de ervaring verbreed, waardoor (beter) aan de wensen van de kunstconsument kan worden beantwoord. Door het verbreden van de dienst kan de theatrale ervaring voor de toeschouwer worden verbeterd. Bij theaters met een postdramatische

toneelprogrammering zou dit kunnen worden gedaan door in te spelen op de co-creatieve kwaliteiten van de toeschouwer, iets wat de postdramatische theatrale ervaring ten goede zou komen. Hieronder zal worden uitgelegd hoe dit meer concreet vorm kan krijgen.

Door de theatrale ervaring te verbreden zou mogelijk de publieke belangstelling voor Vlaams postdramatisch toneel kunnen worden vergroot en dit zou tevens de toeschouwer ondersteunen als coproducent. Dit zou betekenen dat per voorstelling en per theater bezien zou moeten worden hoe de theatrale ervaring verbeterd kan worden door deze te verbreden. Zo kan in het ene geval gedacht worden aan een randprogrammering, die per voorstelling kan worden aangepast. Deze randprogrammering kan op verschillende manieren worden vormgegeven en kan bijvoorbeeld bestaan uit een inleiding vooraf aan het toneelstuk. Hoewel dit wellicht haaks lijkt te staan op het postdramatische karakter van het creëren van een onzekerheidsgevoel bij en overladen van de toeschouwers, hoeft een inleiding vooraf aan het toneelstuk daar geen inbreuk op te doen. Met een inleiding vooraf zal niet noodzakelijkerwijs een verassingselement voor de toeschouwers verloren gaan. Bij postdramatisch theater wordt immers gebruik gemaakt van een groot aantal theatrale middelen, die ieder op hun eigen manier bijdragen aan het verwarren en overladen van de toeschouwers.³⁵⁸ Door een randprogrammering kan de toeschouwer juist worden ondersteund in zijn rol als coproducent waardoor het aantrekkelijker wordt voor het Nederlandse theaterpubliek om een Vlaamse postdramatische toneelvoorstelling te bezoeken.

Deze randprogrammering kan, zoals eerder gesteld, onder meer bestaan uit een inleiding voorafgaande aan het toneelstuk of een nagesprek na afloop van het toneelstuk. Zo is de meest recente voorstelling van tg STAN (*JDX - A public enemy*) gebaseerd op een toneeltekst van Henrik Ibsen uit 1882. Bij deze voorstelling kan door middel van een inleiding de toneeltekst in een historisch kader worden geplaatst, waardoor de toeschouwers meer inzicht krijgen in de toneeltekst en de ontstaansgeschiedenis van de toneeltekst. Een ander idee voor de randprogrammering zou een korte (digitale) film over de desbetreffende voorstelling kunnen zijn, dat bedoeld is om de toeschouwers vooraf te prikkelen. Deze korte film zou kunnen bestaan uit beelden van de voorstelling of eventuele inspiratiebronnen van de voorstelling, toegelicht door de spelers en makers. Deze korte film zou op *social media platforms* (*facebook, twitter, instagram, pinterest, tumblr*) kunnen worden geplaatst, de website van het desbetreffende theater en tevens vertoond kunnen worden in het theater als *teaser*. Tevens zou door middel van een korte film het maakproces door de regisseur, acteurs of toneelschrijver kunnen worden toegelicht. Ook kan er gedacht worden aan het maken van GIFs over of voor de voorstelling, dit kan bedoeld zijn om het publiek te prikkelen en zou met name geschikt zijn voor postdramatische toneelgezelschappen met een

³⁵⁸ Zie noot 63.

relatief jonge achterban.³⁵⁹ Deze GIFs zouden vooral als doel hebben om het publiek vooraf te prikkelen met interessante beelden die betrekking hebben op de voorstelling. Deze GIFs kunnen ook via verschillende *social media platforms* gedeeld worden.

Naast deze vormen van 'digitale' randprogrammering zou er ook gedacht kunnen worden aan een 'analoge' randprogrammering door bijvoorbeeld een rondleiding aan te bieden aan het publiek. Dit kan bijvoorbeeld een rondleiding door het decor van de voorstelling zijn waar uitleg wordt gegeven over bepaalde artistieke keuzen en op deze manier kan het publiek meer inzicht krijgen in bepaalde artistieke beslissingen. Daarnaast zouden de programmaboekjes van voorstellingen uitgebreider en toegankelijker gemaakt kunnen worden. Tegenwoordig is er namelijk zelden een programmaboekje bij een voorstelling aanwezig, terwijl extra informatie over de voorstelling vaak juist gewenst is. Deze vormen van randprogrammering helpen de toeschouwers in het begrijpen van het toneelstuk en worden op die manier ondersteund in hun rol als coproducent. Ook zou het aanbieden van een maaltijd met de acteurs en regisseur vooraf aan de voorstelling een middel kunnen zijn om de drempel om postdramatisch theater te bezoeken te verlagen. Door een maaltijd samen met de acteurs te delen kan het publiek in een ongedwongen sfeer de acteurs enigszins leren kennen. Hierdoor kan het doorbreken van de vierde wand (*irruption of the real*) tijdens de voorstelling het publiek eventueel minder afschrikken. Een randprogrammering kan zodoende bijdragen aan het verlagen van de drempel voor het Nederlandse theaterpubliek om postdramatisch (Vlaams) te toneel te bezoeken, zodat ook de incidentele toneelbezoeker (eerder) een bezoek zal brengen aan postdramatisch (Vlaams) toneel. Met deze benadering wordt tevens een persoonlijke relatie met het theaterpubliek opgebouwd en wordt niet alleen het reeds geïnteresseerde publiek bereikt.

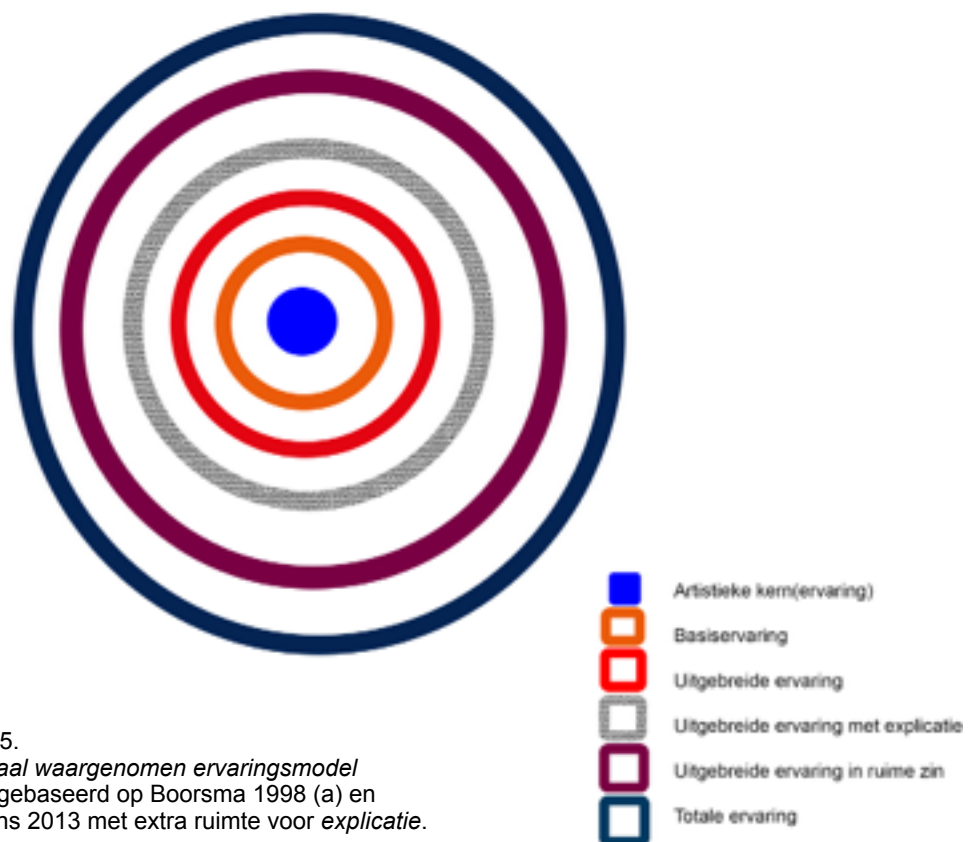
Een nader uitgewerkt marketingmodel dat meer specifiek aansluit bij theaters met een postdramatische toneelprogrammering zou daarom gewenst zijn. Het ideale kunstmarketingmodel zou er een zijn dat zowel gebaseerd is op de theorie van Miranda Boorsma, de theorie van Peter Eversmann³⁶⁰ en de theorie van Kim Joostens. Dit uitgewerkte kunstmarketingmodel kunnen we aanduiden als het *co-creatie door explicatie model*³⁶¹. Het (centrale) toegevoegde element is uitleg - explicatie - aan de theaterbezoeker via een 'digitale' of 'analoge' randprogrammering, hetzij vooraf, dan wel achteraf. Het *co-creatie door explicatie* model is bij uitstek geschikt voor theaters met een postdramatische programmering, doordat het de toeschouwer ondersteunt als coproducent en de nadruk legt op de co-creatieve kwaliteiten waardoor de theatrale ervaring wordt geoptimaliseerd.

³⁵⁹ GIF is een afkorting voor *Graphics Exchange Format* en het zit tussen een foto en korte film is. Een GIF duurt doorgaans een paar seconden en is geluidloos. Een GIF kan tegenwoordig op bijna alle sociale media platforms gedeeld worden.

³⁶⁰ Volgens Peter Eversmann waardeert de toeschouwer een toneelstuk meer wanneer hij of zij het als een logisch geheel kan zien. Zoals besproken in hoofdstuk drie.

³⁶¹ Dit is een zelfbedachte term voor het nader uitgewerkte marketingmodel, dat voortbouwt op de theorie van Joostens, Lee, Boorsma en Eversmann.

Hierdoor kan (ook de ongeoeffende) toeschouwer mogelijk meer waardering voor een postdramatisch toneelstuk opbrengen en wordt de drempel om postdramatisch theater te bezoeken op den duur verlaagd. Dit geldt voor bezoek aan postdramatisch toneel in het algemeen en daarom ook voor bezoek aan Vlaams postdramatisch toneel. Bij het Vlaams postdramatisch toneel zal echter meer explicatie nodig zijn, omdat het ook nodig kan zijn elementen eigen aan de Vlaamse cultuur uit te leggen (te duiden). Daarnaast zou extra promotie voor Vlaamse postdramatische toneelgezelschappen gewenst zijn omdat het relatief onbekend is bij het publiek. Volgens Van Maanen speelt de bekendheid van de acteurs ook mee in het beslissingsproces en receptieproces van de toeschouwers. Het is daarom des te meer van belang dat het Vlaamse postdramatische aanbod actief onder de aandacht van het Nederlandse theaterpubliek wordt gebracht. Gelet op wat Boorsma stelt met betrekking tot het marketingaspect in de derde ring van haar model, namelijk het uitgebreide product (of uitgebreide ervaring), zou explicatie als een nadere uitdieping daarvan in de derde ring kunnen worden ingebracht. Om explicatie echter duidelijk te onderscheiden en de zelfstandige betekenis daarvan binnen kunstmarketing te onderstrepen, zou het ook als zelfstandige nieuwe (vierde) ring na de derde ring kunnen worden ingebracht in het model van Boorsma. In onderstaande figuur 5 is deze ring opgenomen.



Figuur 5.
 Het *totaal waargenomen ervaringsmodel*
model gebaseerd op Boorsma 1998 (a) en
 Joostens 2013 met extra ruimte voor *explicatie*.

Dit uitgewerkte marketingmodel (*co-creatie door explicatie*) biedt daarbij tevens ruimte (in de toegevoegd vierde ring) voor extra promotionele activiteiten voor Vlaamse postdramatische toneelvoorstellingen. De kosten voor deze extra promotionele activiteiten zouden dan

verdeeld kunnen worden tussen de theaters en de Vlaamse toneelgezelschappen, waardoor beide partijen een minder groot risico lopen. In samenspraak met het betreffende Vlaamse toneelgezelschap zou het theater per voorstelling moeten bekijken hoe de voorstelling het beste onder de aandacht van het Nederlandse theaterpubliek gebracht zou kunnen worden. Dit zal uiteindelijk duidelijkheid creëren voor beide partijen rondom de promotie van Vlaamse toneelvoorstellingen in Nederland.

Concluderend kan gesteld worden dat bij postdramatische theaterproducties het aanbeveling verdient te kiezen voor een beter passend marketingmodel, namelijk het uitgewerkte marketingmodel (*co-creatie door explicatie*), waarbij actief wordt ingespeeld op de rol van de toeschouwer als coproducent. Dit geldt des te meer voor het Vlaams postdramatisch theater, omdat die niet in de Nederlandse cultuur maar in de Vlaamse cultuur is ingebed, waardoor verduidelijking vaak noodzakelijk zal zijn. Daarnaast zou het aanbeveling verdienen dat theaters hun eigen programmatische keuzen voor Vlaams postdramatisch theater, ter onderscheiding van het overige theateraanbod actiever onder de aandacht brengen van het publiek, en bovendien de relatie met het geïnteresseerd publiek actief blijven onderhouden. Hierdoor zou de relatie tussen het Nederlands theaterpubliek aanzienlijk verbeterd kunnen worden.

Met betrekking tot de gesignaleerde trends en mogelijke oplossingen kan worden geconstateerd dat in de interviews experts deze observaties in grote lijnen ondersteunen. Verder werden door de geïnterviewden enkele andere oplossingen aangedragen. Zo zouden er meer middelen moeten komen voor de communicatieafdelingen van theaters in Nederland, waardoor het dan makkelijker zou worden om publiek binnen te halen voor Vlaams postdramatisch toneel.

De bezoekersaantallen van Dood Paard bij het Grand Theatre (op pagina 52) tonen aan dat niet alleen Vlaams postdramatisch toneel wisselend wordt bezocht, maar ook Nederlands postdramatisch aanbod. Bij de voorstellingen van de Warme Winkel bij het Grand Theatre zat echter een stijgende lijn. Dit kan te maken hebben met het feit dat de Warme Winkel in de afgelopen jaren zich actief heeft ingezet om het publiek aan zich te binden. Dit toont aan dat het werkelijk zin heeft om extra promotionele activiteiten in te zetten voor Vlaamse postdramatische toneelgezelschappen, net als voor Nederlandse postdramatische toneelgezelschappen. Er is echter (nog) niet genoeg vergelijkingsmateriaal van Nederlandse postdramatische toneelgezelschappen om conclusies te kunnen trekken over Nederlands postdramatisch toneel in vergelijking met Vlaams postdramatisch toneel. Desalniettemin geven de cijfers van het Grand Theatre een indicatie van de publieksbelangstelling van Nederlands postdramatisch toneel in verhouding tot Vlaams postdramatisch toneel in Nederland. Namelijk dat Nederlands postdramatisch toneel tevens wisselend wordt bezocht en dat het loont voor een toneelgezelschap om actief in te zetten voor publieksopbouw.

Het is duidelijk dat bovengenoemde veranderingen niet van de ene op de andere dag doorgevoerd kunnen worden. Maar alleen al het besef, dat door dergelijke stappen de relatie tussen het Nederlandse theaterpubliek en het (Vlaams) postdramatische toneelaanbod verbeterd kan worden, is een stap in de goede richting.

7.1 Reflectie en suggesties voor vervolgonderzoek

Omdat ik twee onderzoeksstages tegelijkertijd heb gelopen³⁶², was het in eerste instantie het plan om de onderzoeken van beide stages verder uit te werken tot één scriptie. De onderwerpen bleken uiteindelijk minder overlap te hebben dan in eerste instantie was gedacht en daarom werd besloten om één onderzoek te gebruiken en dat uit te werken tot een scriptie. De keuze viel op het onderzoek voor de Brakke Grond, omdat dit onderzoek vanwege de conclusies en de urgentie van de problematiek meer potentie had om uitgewerkt te worden tot een volwaardige scriptie.

Mocht ik een dergelijk onderzoek nog een keer doen, dan zou ik het op enkele punten anders aanpakken. Zo zou ik, naast interviews met enkele directeuren en theaterprogrammeurs, ook interviews afnemen met de marketing- en communicatiemedewerkers van de theaters. Op die manier zou ook specifiekere doorgevraagd kunnen worden naar de eventuele marketingstrategieën van de desbetreffende theaters, en in welke mate deze marketingstrategieën overeenkomen met de strategieën genoemd in hoofdstuk drie. Tevens zou ik, indien mogelijk, van alle interviews half-gestructureerde interviews maken.

Voor een vervolgonderzoek zou het interessant zijn om het Nederlandse postdramatische toneel te onderzoeken. Zo zouden de bezoekersaantallen van drie Nederlandse postdramatische toneelgezelschappen als Dood Paard, Hotel Modern en de Warme Winkel bij vijf theaters in Nederland geanalyseerd kunnen worden. Deze gezelschappen zijn immers in dezelfde periodes opgericht als tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé. Zodoende lenen deze drie Nederlandse postdramatische toneelgezelschappen zich uitstekend voor een (vergelijkend) vervolgonderzoek. Bij een vervolgonderzoek zouden dezelfde theaters centraal kunnen staan, maar in plaats van Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond zouden de bezoekersaantallen van deze gezelschappen bij theater Frascati in Amsterdam geanalyseerd kunnen worden. De vijf theaters zouden dan zijn Theater Frascati (Amsterdam), de Toneelschuur (Haarlem), Plaza Futura (Eindhoven), het Grand Theatre (Groningen) en de Verkadefabriek ('s Hertogenbosch). Aan de hand van zo'n onderzoek zouden er meer conclusies getrokken kunnen worden over de stand van postdramatisch toneel in Nederland. Tevens zouden de onderzoeksresultaten van een vervolgonderzoek ter vergelijking naast de onderzoeksresultaten van deze scriptie gelegd kunnen worden, om daarmee conclusies te

³⁶² Zie noot 1.

trekken over de verhouding tussen Vlaams en Nederlands postdramatisch theater in Nederland.

Bronnen

Literatuur

- Ackerman, A., M. Puchner. *Against theatre: creative destructions on the modernist stage*. London: Palgrave, 2006.
- Akveld, J. 'Op missie tegen kapitalisme'. *Het Parool*. 19.2.2013.
- Alkema, H. 'Verrukelijke tirade tegen kunstzinnig theatergekwebbel'. *Trouw*. 31.2.2009.
- . 'Bitterzoet genot, onverdraaglijke lichtheid'. *Trouw*. 4.11.2011
- Andreasen, A. *Expanding the audience for the performing arts*. Washington: Seven Locks Press, 1991.
- Assche, D. van. 'Het Vlaams Cultureel Centrum de Brakke Grond'. *Ons erfdeel*. jrg. 37, nr. 1 (1994): 139-140.
- Assche, E. van. 'Van de Brakke Grond tot De Buren'. *Ons erfdeel*. jrg. 52 nr.1 (2009): 70-77.
- Baarda, D., M. de Goede, J. Teunissen. *Basisboek kwalitatief onderzoek: praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Houten: Stenfert Kroese, 1995.
- Bots, P. 'Hilariteit wint het van onzekerheden'. *Het Parool*. 31.5.2006.
- Buijs, M. 'Prikkelend politiek theater dat zijn sporen achterlaat'. *De Volkskrant*. 6.2.2003
- . 'Verbeelding op een blauw doek'. *De Volkskrant*. 31.3.2006.
- Balme, C. 'Editorial. Special issue: postdramatic theatre'. *Theatre Research International*. jrg. 29, nr. 1 (2004): 1-3
- . *The cambridge introduction to theatre studies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Barnett, D., H. Lehmann, K. Jürs-Munby. 'Taking stock and looking forward: postdramatic theatre'. *Contemporary Theatre Review*. jrg. 16, nr. 4: 483-509.
- Beckerman, B. *Theatrical presentation. Performer audience and act*. New York: Routledge, 1990.
- . *Dynamics of drama: theory and method of analysis*. New York: Drama Book Specialists, 1979.
- Beer, M., H. de Schutter. 'Toneel als leermiddel bij Brecht'. *Tijdschrift voor agologie*. jrg. 7 nr. 1 (1978): 28-38.
- Bentley, E. *The life of drama*. New York: Atheneum, 1966.
- Berg, S. van den. *Nederlandse voorstellingen in België*. Amsterdam: TIN, 2005.
- Berg, H. van den., H. Verhoeven, ed. *Theaters 2001: cijfers en kengetallen*. Amsterdam: VCSD, 2002.
- Berg, H. van den., H. Verhoeven, J. in der Rieden, ed. *Theaters 2002: cijfers en kengetallen van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VCSD, 2003.
- . *Podia 2003: cijfers en kengetallen van de leden van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2004.

- . *Podia 2004: cijfers en kengetallen van de leden van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2005.
- . *Podia 2005: cijfers en kengetallen van de leden van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2006.
- Berg, H. van den, ed. *Podia 2006: cijfers en kengetallen van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2007.
- . *Podia 2007: cijfers en kengetallen van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2008.
- . *Podia 2008: cijfers en kengetallen van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2009.
- . *Podia 2009: cijfers en kengetallen van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2010.
- . *Podia 2010: cijfers en kengetallen van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties*. Amsterdam: VSCD, 2011.
- . *Podia 2011: cijfers en kengetallen*. Amsterdam: VSCD, 2012.
- . *Podia 2012: cijfers en kengetallen*. Amsterdam: VSCD, 2013.
- Berg, S. van der. 'Speeches van een virtuoze acteur'. *Het Parool*. 10.9.2009.
- Bentley, E. *The life of drama*. Atheneum: New York, 1965.
- Boekman, E. *Overheid en Kunst in Nederland*. Amsterdam: Van Genneep, 1989. (1e druk 1939)
- Boorsma, M. *Kunstmarketing: Hoe marketing kan bijdragen aan het maatschappelijk functioneren van kunst. In het bijzonder van toneelkunst in Nederland*. Diss. Rijksuniversiteit Groningen, 1998. (a)
- Boorsma, M. *Marketing van theater en andere kunsten. Vergroting van publieksdeelname in theorie en praktijk*. Amsterdam: Boekmanstudies, 1998. (b)
- . 'Arts marketing and the societal functioning of the arts: The case of the subsidized dramatic arts in The Netherlands.' *International Journal of Cultural Policy*. jrg. 8, nr. 1 (2002): 65-74
- . 'A strategic logic for arts marketing: integrating customer value and artistic objectives.' *International Journal of Cultural Policy*. jrg. 12, nr. 1 (2006): 73-92. (a)
- . 'De consument als coproducent van kunst. Nieuwe inzichten in de rol van de kunstconsument.' *Boekman: tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid*, jrg. 18, nr. 68 (2006): 85-93. (b)
- Boorsma, M., J. van Maanen. 'Expectations and experiences of theatrical arts consumers: a case study from The Netherlands.' *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, nr. 2 (2003): 157-189.
- . 'View and review in The Netherlands: the role of theatre critics in the construction of audience experience.' *International Journal of Cultural Policy*, jrg.9, nr. 3 (2003): 319-335.
- Botti, S. 'What role for marketing in the arts? An analysis of arts consumption and artistic value.' *International Journal of Arts Management*. jrg. 2, nr. 3 (2000): 14-27.
- Bourdieu, P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul, 1986.

- Bourriaud, N. *Relational aesthetics*. Dijon: Les Presses Du Réel, 2002.
- Bourriaud, N. *Altermodern*. London: Tate Publishing, 2009.
- Broek, A. van den. *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen. Het culturele draagvlak deel 12*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2013.
- Bruch, N. vom. 'Model, beleid en werkelijkheid'. In: Heteren, L. e.a., red. *Fight for the Arts/ Strijd om de Kunst*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011:109-119.
- Csikszentmihalyi, M., R.E. Robinson. *The art of seeing. An Interpretation of the aesthetic encounter*. Malibu: The J. Paul Getty Trust, 1990.
- Dries, L. van den., T. Crombez. 'Jan Fabre and tg STAN: Two models of Postdramatic Theatre in the Avant-Garde tradition'. *Contemporary Theatre Review*, jrg: 20, nr: 4 (2010): 421-431.
- Erenstein, R. *Een theatergeschiedenis der Nederlanden. Tien eeuwen drama en theater in Nederland en Vlaanderen*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1996.
- Hoogen, Q. van den, e.a., red. *Cultuurbeleid. Digitaal handboek voor de kunst- en cultuursector*. Amsterdam: Reed Business BV, september 2013.
- Evenhuis, A. 'Oogrollende misverstanden in strakke dubbelklucht van STAN'. *Trouw*. 8.5.2006.
- Eversmann, P. *De ruimte van het theater. Een studie naar de invloed van de theaterruimte op de beleving van voorstellingen door de toeschouwer*. Diss. Universiteit van Amsterdam, 1996.
- . 'The experience of the theatrical event'. In: Cremona, V.A. e.a., red. *Theatrical Events: borders, dynamics, frames*. Amsterdam: Rodopi B.V., 2004: 139-172.
- Foekema, H. *Marktbeschrijving podiumkunsten 2007*. Amsterdam: TNS Nipo, 2008.
- Freriks, K. 'STAN speelt 'De Eenzame Weg' zonder spoor van emotie'. *NRC Handelsblad* 19.5.2007.
- . 'Meesterstuk 'Onomatopoe' weergaloos toneel'. *NRC Handelsblad*. 15.9.2007.
- . 'Bernard kwetst en heelt op hetzelfde moment; twee toneelgezelschappen spelen Thomas Bernard: Dood Paard doet 'Ritter, Dene, Voss' en STAN 'Brandhout''. *NRC Handelsblad*. 7.3.2009.
- . 'Publiek wordt jury: pleegde Lizzie Borden de gruwelijke bijmoorden?' *NRC Handelsblad*. 27.1.2014
- Fuchs, E. 'Postdramatic theatre' *The Drama Review*. jrg. 52, nr. 2: 178-183.
- Groen, R. 'Meer moed voor Vlaams theater'. *Trouw*. 28.8.2008.
- Heteren, L., P. Gielen, Q. van den Hoogen. red. *Fight for the arts / Strijd voor de kunst*. Amsterdam: Pallas, 2011.
- Janssen, H. 'Of/niet gemakkelijk en slim'. *De Volkskrant*. 6.5.2006.
- . 'Expressieve ode aan de redevoering'. *De Volkskrant*. 13.9.2009.
- Joostens, K. *Kunst & Klant in de Nederlandse podiumkunsten. Naar een betere ruil van waarden tussen aanbieders en publiek*. Diss. Rijksuniversiteit Groningen, 2012.
- Knulst, W. *Podia in een tijdperk van afstandsbediening*. Rijswijk: Sociaal Cultureel Planbureau, 1995.

Krans, A. 'Hoe de Aktie Tomaat (in 1969) heeft geleid tot het gedifferentieerde hedendaagse theaterlandschap'. *Schrijverspodium*, 4 febr. 2010. Web. 20 nov. 2013.

Leeuw, C. de. 'Schrappen theater is keuze wethouder'. *Eindhovens Dagblad*. 9.3.2013.

Lehmann, H. *Postdramatic theatre*. Vert. Karen Jürs-Munby. London: Routledge, 2006

Lehmann, H., K. Jürs-Munby. 'Lost in translation?' *The Drama Review*. jrg. 52, nr. 4: 13-19.

Oranje, H. 'Vlaamse scherpste en oubolligheid'. *Trouw*. 26.2.2005.

Orozco, L., P. Boenisch. 'Editorial: border collisions - contemporary Flemish theatre'.

Maanen, H. van. *Theaters in het oosten. Over functies en functioneren van de podia in Gelderland en Overijssel*. Groningen, 2000.

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

---. *How to study art worlds: On the societal functioning of aesthetic values*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009.

Meijjer, E., A. Warntjes, M. van den Velde. *Toneelbezoek. Grote producties in grote zalen. Imago, drempels, motieven en doelgroepsegmenten*. Rotterdam: Stichting Bureau Promotie Podiumkunsten, 2007.

Meyer, D. *Tomaat in perspectief: theatervernieuwing in de jaren '60 en '70*. Amsterdam: Theater Instituut Nederland, 1994.

Myjer, S. *Het publiek van Nachtgasten. Een kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: juli 2013. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Cultuurnota. Cultuur als Confrontatie 2001-2004*. Den Haag: 2000.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Cultuurnota. Meer dan de Som 2005-2008*. Den Haag: 2004.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Subsidieplan. Kunst van het Leven 2009-2012*. Den Haag: 2008.

Noordman, T. *Cultuurmarketing*. 's-Gravenhage: Reed Business, 2007.

Orozco, L., P. Boenisch. 'Editorial: border collisions - contemporary Flemish theatre'. *Contemporary Theatre Review*, jrg: 20, nr: 4 (2010): 397-404.

Parsons, M. *How we understand art, a cognitive developmental account of aesthetic experience*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

Pauw, W. de. *Absoluut modern. Cultuur en beleid in Vlaanderen*. Brussel: VUPRESS, 2007.

Rau, H., E. Willem, E. Stubbe. *Van Brakke Grond tot Vlaams Cultureel Centrum. Zes eeuwen geschiedenis van een gebouw aan de Amsterdamse Nes (1406-1992)*. Amsterdam: Stadsuitgeverij Amsterdam, 1992.

Rooij, P. de. *Customer loyalty to performing arts venues. Between routines and coincidence*. Diss. Tilburg University, 2013.

Schoenmakers, H. *Filosofie van de theaterwetenschappen*. Amersfoort: Academische Uitgeverij Amersfoort, 1992.

Stichting Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond. *De Brakke Grond viert 30 jarig bestaan. Een nabeschouwing*. Amsterdam: 2011.

Takken, W. 'Bebloed meisje smeekt om sigaret'. *NRC Handelsblad*. 29.5.2009.

- . "De Toverberg' van Mann als corvee voor snobisten'. *NRC Handelsblad*. 22.3.2010.
- Vanhoutte, K., C. Swyzen. *Het statuut van de tekst in het postdramatische theater*. Antwerpen: ASP/UP, 2011.
- Veraart, K. 'Vd Boogaart buigt zich over de liefde'. *De Volkskrant*. 21.9.2002.
- . "Tinseltown' is indrukwekkend, raar en misselijkmakend. *De Volkskrant*. 19.12.2006.
- . 'Het is de taal die telt bij STAN'. *De Volkskrant*. 18.5.2007.
- . 'Porties gekkigheid die smaken naar meer'. *De Volkskrant*. 14.9.2007.
- . 'Zinderende troosteloosheid in bedwelvende 'Mythobarbital''. *De Volkskrant*. 8.2.2008.
- . 'Als haar man vreemdgaat, zet Anna een kopje thee'. *De Volkskrant*. 10.5.2008.
- . 'Pas na de pauze komt STAN met herkenbaar geneuzel op gang'. 3.4.2009.
- . 'Een nare, maar fascinerende droom'. *De Volkskrant*. 29.5.2009.
- . 'JDX - A public enemy'. *De Volkskrant*. 18-4-2014.
- Vranken, J. 'Bestemming 'Holland'. Cultuuruitjes in Nederland van binnen- en buitenlandse gasten'. *Boekman: tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid*. jrg. 25 , nr. 97 (2013): 92-98.
- Vuyk, K. 'De zin van 'belangeloosheid'. De rol van de filosofie van Immanuel Kant in het werk van de Groningse school'. In: Heteren, L. e.a., red. *Fight for the Arts/ Strijd om de Kunst*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011: 22-33.

Websites

- Abattoir Fermé*. abattoirferme.tumblr.com, 2013. Web. 12 dec. 2013.
- De Verkadefabriek*. verkadefabriek.nl, 2013. Web. 1 dec. 2013.
- De Warme Winkel*. dewarmewinkel.nl, 2014. Web 24 jun. 2013.
- Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren*. dbnl.org, 2014. Web. 17 maart 2014.
- Dood Paard*. doodpaard.nl, 2014. Web 24 jun. 2014.
- Grand Theatre Groningen*. grandtheatregroningen.nl, 2013. Web. 1 dec 2013.
- Hyperallergic. Sensitive to Art & its Discontents*. hyperallergic.com, 2014. Web. 5 jun. 2014.
- Ministerie van OCW en cultuurfondsen*. cultuursubsidie.nl, 2013. Web. 15 nov. 2013.
- Natlab door plaza_futura_baltan_laboratories_en_broet*. natlab.nl, 2014. Web. 24 feb. 2014.
- Peijpe, B. van. *Frascati Theater*. frascattitheater.nl, 2014. Web. 10 apr. 2014.
- SKaGeN*. skagen.be, 2013. Web. 12 dec. 2013.
- Toneelschuur en Filmschuur*. toneelschuur.nl, 2013. Web. 1 dec. 2013.
- Toneelspelersgezelschap STAN*. stan.be, 2013. Web. 12 dec. 2013.
- VSCD (Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties)*. vscd.nl, 2014. Web 26 mei 2014.
- VTi (Vlaams Theater Instituut), steunpunt voor de podiumkunsten*. vti.be, 2013. Web. 10 apr. 2013.

Interviews

Bienert, G. Telefonisch interview. 3 april 2013.

Jordens, L. E-mail-interview. 2 april 2013.

Kaldunski, N. Telefonisch interview. 3 apr. 2013.

Kaldunski, N., K. Treier. Persoonlijk interview. 29 apr. 2013.

Kamminga, R. E-mail-interview. 15 apr. 2013.

Liénard, S. Telefonisch interview. 10 apr. 2013.

Lommerse, F. Persoonlijk interview. 2 mei 2013.

Menu, P. Persoonlijk interview. 16 jan. 2014.

Lijst van bijlagen

Bijlage 1A: Vragenlijst voor gesprek met Nick Kaldunski en Kathleen Treier	p. 99
Bijlage 1B: Vragenlijst voor gesprek met Frans Lommerse	p. 100
Bijlage 1C: Vragenlijst voor gesprek met Piet Menu	p. 101
Bijlage 1D: Vragenlijst voor Rudi Kamminga	p. 103
Bijlage 1E: Vragenlijst voor Lieke Jordens	p. 104
Bijlage 1F: Vragenlijst voor Gieske Bienert	p. 105
Bijlage 2: Tabellen met absolute cijfers van de VSCD	p. 106
Bijlage 3A: Bezoekersaantallen van De Brakke Grond	p. 107
Bijlage 3B: Bezoekersaantallen van Toneelschuur	p. 109
Bijlage 3C: Bezoekersaantallen van de Verkadefabriek	p. 111
Bijlage 3D: Bezoekersaantallen van het Grand Theatre	p. 112
Bijlage 3E: Bezoekersaantallen van Plaza Futura	p. 113
Bijlage 3F: Zaalcapaciteit van de theaters	p. 114
Bijlage 3G: Grafieken met gemiddelde bezoekersaantallen	p. 115
Bijlage 3H: Tabel met gemiddelde bezoekersaantallen	p. 117

Bijlage 1A

Vragenlijst voor gesprek met Nick Kaldunski en Kathleen Treier

- Hoe belangrijk is het voor u om te spelen in Nederland?

- Hoe is uw aanwezigheid in het Nederlandse theaterlandschap in de afgelopen jaren (in de periode 2002 tot en met 2012) veranderd?
 - Wordt het makkelijker of juist moeilijker om speelplekken te vinden in Nederland
 - Heeft u, dit seizoen, moeten 'vechten' voor speelplekken in Nederland?

- Wat merkt u van de bezuinigingen in Nederland?
 - Hebben de bezuinigingen uw relatie met Nederlandse theaters en programmeurs in Nederland veranderd?

- Hoe werden uw voorstellingen in de periode 2002 tot en met 2012 bezocht?

- Is het lastiger om in Nederland te spelen in vergelijking met andere Europese landen. Is het bijvoorbeeld lastiger om een voorstelling te verkopen, speelplekken te vinden en publiek binnen te halen?

- Wat denkt u dat de reden is waarom de ene voorstelling in Vlaanderen een stuk beter loopt dan in Nederland? Ligt dat aan een cultuurverschil, de persaandacht of de publicitaire ondersteuning?
 - Reageert het publiek in Vlaanderen anders op voorstellingen dan in Nederland? Reageert het publiek bijvoorbeeld net op andere grapjes of opmerkingen?

Bijlage 1B

Vragenlijst voor gesprek met Frans Lommerse, directeur en theaterprogrammeur van de Toneelschuur in Haarlem.

- Waarom kiest u voor een overwegend Vlaamse programmering bij de Toneelschuur?
- Waarom besloot u tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé te programmeren?
 - Hoe werden de voorstellingen van deze gezelschappen bezocht.
 - Hoe werden de voorstellingen bezocht in verhouding tot andere voorstellingen in de Toneelschuur?
- Is het publiek voor deze Vlaamse gezelschappen of Vlaamse gezelschappen in het algemeen in de Toneelschuur in de afgelopen tien jaar afgenomen, toegenomen of onveranderd gebleven?
- Gieske Bienert (de theaterprogrammeur van Plaza Futura) heeft het 'gevoel' dat steeds minder theaters in Nederland Vlaams programmeren. Ook Kathleen Treier (van tg STAN) en Nick Kaldunski (van Abattoir Fermé) beaamden dat er in het afgelopen jaar geen aanvragen van 'nieuwe' theaters zijn binnengekomen. Heeft u ook het gevoel (of idee) dat minder theaters in Nederland Vlaams programmeren?
- Wat denkt u dat de reden is dat voorstellingen van Vlaamse toneelgezelschappen minder goed worden bezocht? (ligt daar wellicht een cultuurverschil aan ten grondslag?)

Bijlage 1C

Vragenlijst voor gesprek met Piet Menu, directeur van het Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond

- Al enkele jaren bent u werkzaam voor de Brakke Grond, eerst als programmeur en nu als directeur. Heeft u veranderingen geconstateerd ten opzichte van de publieksbelangstelling voor Vlaams toneel, en met name Vlaams postdramatisch toneel?
- Heeft u het idee dat de positie van Vlaamse theater in het Nederlandse theaterlandschap in de afgelopen jaren is veranderd?
- In de tijd dat u programmeur was bij de Brakke Grond, waren zowel SKaGeN als Abattoir Fermé voor het eerst te zien. Waarom besloot u deze gezelschappen te programmeren?
- Vlaams toneel is geen publiekstrekker. Volgens Frans Lommerse (directeur en theaterprogrammeur van de Toneelschuur) ligt dat aan het feit dat Vlaams theater nooit echt is doorgebroken naar het grote publiek. Vlaams theater is minder bekend in Nederland en dat is te zien aan de publieksaantallen.
 - Wat denkt u dat de reden is dat Vlaams theater minder goed wordt bezocht?
- In het gesprek met Kathleen Treier en Nick Kaldunski werden twee grote verschillen tussen het Vlaamse en het Nederlandse theaterlandschap genoemd.
 1. In Vlaanderen worden de communicatiemedewerkers van de theaters ingezet voor de promotie van voorstellingen en bij Nederlandse theaters nemen communicatiemedewerkers deze taak niet op zich. Nederlandse toneelgezelschappen zijn het gewend zelf de promotie te doen, Vlaamse toneelgezelschappen zijn dit niet gewend en hebben daarnaast geen extra geld of tijd om de promotie voor eigen rekening te nemen.
 2. Het tweede grote verschil zijn de verschillende subsidiesystemen in Nederland en Vlaanderen. Nederlandse toneelgezelschappen krijgen doorgaans subsidie om te touren (rond te reizen), maar Vlaamse toneelgezelschappen krijgen niet een soortgelijke subsidie. Om te 'touren' in Nederland moeten Vlaamse toneelgezelschappen eerst winst maken met een voorstelling in Vlaanderen en met deze winst kunnen ze de voorstellingen in Nederland bekostigen.
- Ziet u dit ook als de twee grote verschillen (en problemen) tussen het Vlaamse en het Nederlandse theaterlandschap?
 - En hoe denkt u dat deze 'problemen' het beste opgelost zouden kunnen worden?

- In 2006 liep de Vuurtorenregeling af, met de mededeling dat er in de toekomst een nieuwe regeling zou komen om de culturele uitwisseling tussen Nederland en Vlaanderen te stimuleren. Helaas heeft deze regeling nog steeds niet het licht gezien.
 - Wat denkt u dat de reden is dat er nog steeds niet een soortgelijke regeling is gekomen?
 - En zou zo'n regeling Vlaams postdramatisch toneel in Nederland ten goede komen?

Bijlage 1D

Vragenlijst opgestuurd aan Rudi Kamminga de theaterprogrammeur van het Grand Theatre.

1. Waarom besloot u tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé te programmeren?
2. Tg STAN heeft enkele seizoenen in het Grand Theatre gestaan. Is de publieksbelangstelling voor dit gezelschap in de afgelopen jaren toegenomen, afgenomen, of is de populariteit van dit gezelschap weinig veranderd in de afgelopen tien jaar?
3. En hoe zit het met de publieksbelangstelling voor SKaGeN en Abattoir Fermé?
4. Hoe werden de voorstellingen van deze gezelschappen bezocht in vergelijking met andere toneelvoorstellingen die in het Grand Theatre hebben gestaan? Worden de voorstellingen van, bijvoorbeeld, het Nederlandse toneelgezelschap de Warme Winkel beter bezocht dan die van tg STAN? Waar ligt dat volgens u aan?
5. Welke andere Vlaamse toneelgezelschappen hebben in het Grand Theatre in de periode 2002 tot en met 2012 gestaan?
6. Is de belangstelling voor Vlaams toneel in de periode 2002 tot en met 2012 toegenomen, afgenomen of onveranderd gebleven in het Grand Theatre?
7. Waarom denkt u dat Vlaams toneel in Nederland minder goed wordt bezocht?

Bijlage 1E

Vragenlijst opgestuurd aan Lieke Jordens, theaterprogrammeur van de Verkadefabriek

1. Waarom besloot u SKaGeN en Abattoir Fermé te programmeren?

2. Hoe werden de voorstellingen van SKaGeN en Abattoir Fermé bezocht? Is de publieksbelangstelling voor deze gezelschappen in de afgelopen jaren toegenomen, afgenomen, of is de populariteit van deze gezelschappen weinig veranderd in de afgelopen tien jaar?

3. Hoe werden de voorstellingen van deze gezelschappen bezocht in vergelijking met andere toneelvoorstellingen die in de Verkadefabriek hebben gestaan? Waar ligt dat volgens u aan?

4. Welke andere Vlaamse toneelgezelschappen hebben in de Verkadefabriek in de periode 2002 tot en met 2012 gestaan?

5. Is de belangstelling voor Vlaams toneel in de periode 2002 tot en met 2012 toegenomen, afgenomen of onveranderd gebleven in de Verkadefabriek?

6. Waarom denkt u dat Vlaams toneel in Nederland minder goed wordt bezocht?

Bijlage 1F

Topiclijst voor telefonisch interview met Gieske Bienert theaterprogrammeur van Plaza Futura

1. Waarom besloot u SKaGeN en Abattoir Fermé te programmeren?
2. Hoe werden de voorstellingen voor SKaGeN en Abattoir Fermé bezocht? Is de publieksbelangstelling voor deze gezelschappen in de afgelopen jaren toegenomen, afgenomen, of is de populariteit van deze gezelschappen weinig veranderd in de afgelopen tien jaar?
3. Hoe werden de voorstellingen van deze gezelschappen bezocht in vergelijking met andere toneelvoorstellingen die in de Plaza Futura hebben gestaan? Waar ligt dat volgens u aan?
4. Welke andere Vlaamse toneelgezelschappen hebben in het Plaza Futura in de periode 2002 tot en met 2012 gestaan?
5. Is de belangstelling voor Vlaams toneel in de periode 2002 tot en met 2012 toegenomen, afgenomen of onveranderd gebleven in het Plaza Futura?
6. Zo ja, waarom denkt u dat Vlaams toneel in Nederland minder goed wordt bezocht?

Bijlage 2

Tabellen met absolute cijfers van de VSCD

Aandeel toneelvoorstellingen van het totale aanbod in Nederland in absolute getallen.³⁶³

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Onbekend	Onbekend	7621	8061	8802	9806	8807	7740	7931	Onbekend	7500

Aandeel toneelbezoek van het totale bezoek aan podiumkunsten in Nederland absolute getallen (x 1000).³⁶⁴

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Onbekend	Onbekend	1374	1485	1454	1522	1432	1360	1360	Onbekend	Onbekend

³⁶³ Van den Berg en Verhoeven 2002: 9, Van den Berg en Verhoeven 2003: 17, Van de Berg en Schans 2004: 6, Van de Berg en Schans 2005: 9, Van de Berg en Schans 2006: 10, Van den Berg 2007: 7, Van den Berg 2008: 7, Van den Berg 2009: 7, Van den Berg 2010: 6, Kleingeld 2011: 7, Kleingeld 2012: 7.

³⁶⁴ Ibidem.

Bijlage 3A

Bezoekersaantallen van De Brakke Grond

In de periode 2002 tot en met 2012 stond ieder jaar wel één van de drie gezelschappen in de Brakke Grond. Hieronder zal kort een overzicht worden gegeven welk gezelschap ieder jaar in de Brakke Grond stond en met welke voorstelling.

In 2002 stonden SKaGeN en tg STAN in de Brakke Grond. Dit was de eerste keer dat SKaGeN in de Brakke Grond stond en was twee avonden te zien met *'Sterremix'*. De publieksopkomst voor SKaGeN was voor de eerste keer spelen niet slecht, met een de gemiddelde opkomst van 82. Tg STAN stond met twee voorstellingen in de Brakke Grond, met de voorstellingen *'Vandeneevandeschrijvervande koningdiderot'* en *'Drie Zusters'*. De voorstelling *'Drie Zusters'* werd iets beter bezocht dan *'Vandeneevandeschrijvervande koningdiderot'*, 122 man tegenover 108 man.

In 2003 stond alleen tg STAN met twee voorstellingen in de Brakke Grond, met *'Vraagzucht'* en *'Poquelin'*. De voorstelling *'Poquelin'* werd beter bezocht dan *'Vraagzucht'*.

In 2004 waren zowel tg STAN als Abattoir Fermé te zien in de Brakke Grond. Dit jaar stond een week in teken van tg STAN. In een week waren de twee voorstellingen *'Zien en Zien'* en *'The Monkey Trial'* te zien, hoewel *'The Monkey Trial'* beter werd bezocht dan *'Zien en Zien'*, waren de bezoekersaantallen niet heel verschillend. Abattoir Fermé stond in 2004 voor het eerst in de Brakke Grond. Verdeeld over vier avonden waren er twee voorstellingen van Abattoir Fermé te zien, *'Galapagos'* en *'Life on the Edge'*. De voorstelling *'Galapagos'* werd het beste van de twee voorstellingen bezocht. **In 2005** waren alledrie de gezelschappen in de Brakke Grond te zien. SKaGeN was voor het eerst sinds 2002 te zien met de voorstelling *'Door Mijn Schuld'*. De opkomst voor deze voorstelling was niet slecht, maar wel lager dan in 2002. Tg. STAN stond met twee voorstellingen in de Brakke Grond, met *'Redde Wie Zich Redde Kan'* en *'Berenice'*. *'Redde Wie Zich Redde Kan'* werd beter bezocht dan *'Berenice'*, namelijk 93 tegenover 61 man. Abattoir Fermé stond was weer met de voorstelling *'Galapagos'* te zien en met de voorstelling *'Indie'*. De voorstelling *'Galapagos'* werd beter bezocht dan *'Indie'*. Op de beste avond van *'Galapagos'* waren er namelijk 136 kaarten verkocht en voor *'Indie'* 64 kaarten.

In 2006 stonden alledrie de gezelschappen in de Brakke Grond. SKaGeN was met de voorstelling *'La Merde'* te zien, en op de beste avond zaten er 59 man in de zaal. Tg STAN was met de voorstelling *'Of/niet'* te zien en deze voorstelling werd goed bezocht, het gemiddelde van drie voorstellingen was 143. Abattoir Fermé was met twee voorstellingen te zien, met *'Moe Maar op en Dolend'* en *'Tinseltown'*. Bij *'Moe Maar op en Dolend'* zat 70 man in de zaal en de bezoekersaantallen van *'Tinseltown'* zijn onbekend.

In 2007 stonden SKaGeN en tg STAN in de Brakke Grond. SKaGeN was met de voorstelling *'Winterkant'* te zien. Ook tg STAN was met één voorstelling te zien namelijk *'De Eenzame'*

Weg'. Op de beste avond van *'Winterkant'* zat 69 man in de zaal en op de beste avond van *'De Eenzame Weg'* 88 man.

In 2008 stonden alledrie de gezelschappen in de Brakke Grond. SKaGeN was met de voorstelling *'Deurdedeurdeur'* te zien, tg STAN met de voorstelling *'Het Was Zonder Twijfel een Ongeluk'* en Abattoir Fermé met de voorstelling *'Mythobarbital'*. Bij SKaGeN zat op de best bezochte avond 85 man in het publiek, bij tg STAN 69 en bij Abattoir Fermé 78.

In 2009 stonden alledrie de gezelschappen in de Brakke Grond. SKaGeN was met de voorstelling *'DegrotemonD'* te zien, tg STAN met de voorstelling *'Stukken'* en Abattoir Fermé met de voorstellingen *'Galapagos'*, *'Chaostrilogie'* en *'Tourniquet'*. Van deze voorstellingen trok *'Galapagos'* het meeste publiek, waar 98 man in de zaal zat. De hoogste opkomst bij SKaGeN was 83 man en bij tg STAN 29 man.

In 2010 waren Abattoir Fermé en tg STAN in de Brakke Grond te zien. Tg STAN met *'Zomergasten'* en Abattoir Fermé met *'Phantasmapolis'*. De voorstelling van Abattoir Fermé trok 78 man en op de best bezochte avond van tg STAN zat 123 man in de zaal.

In 2011 waren geen van de gezelschappen te zien in de Brakke Grond.

In 2012 speelden SKaGeN *'Aantekeningen uit het Ondergrondse'* en Abattoir Fermé *'Monkey'* en *'A Brief History of Hell'*. De voorstellingen van Abattoir Fermé werden erg goed bezocht, want op de beste avond van *'Monkey'* zaten er 164 man in de zaal en bij *'A Brief History of Hell'* bestond het publiek uit 131 man. De voorstelling van SKaGeN werd iets minder goed bezocht en bij deze voorstelling 47 man in de zaal.

Bijlage 3B

Bezoekersaantallen van Toneelschuur

In 2002 stond tg STAN met vier voorstellingen in de Toneelschuur, met *'Drie zusters'*, *'Vandeneedevandeschrijvervande koningendiderot'*, *'Lucia Smelt'* en *'Salut Les Filles'*. Bij *'Drie zusters'* zaten er op de best bezochte avond 161 man in de zaal, bij *'Vandeneedevandeschrijvervande koningendiderot'* 112 man, bij *'Lucia Smelt'* 100 man en bij *'Salut Les Filles'* 32 man. SKaGeN was de voorstelling *'Sterremix'* te zien, maar daar zijn de bezoekersaantallen niet van bekend.

In 2003 was tg STAN met de twee voorstellingen *'Vraagzucht'* en *'Poquelin'* te zien. De voorstelling *'Poquelin'* werd beter bezocht dan de voorstelling *'Vraagzucht'*. De best bezochte avond voor *'Poquelin'* waren 200 man en voor *'Vraagzucht'* 54 man.

In 2004 waren tg STAN en SKaGeN te zien. Tg STAN speelde twee voorstellingen, *'Zien en Zien'* en *'The Monkey Trial'* en SKaGeN de voorstelling *'Dedayroom'*. Op de beste avond van *'The Monkey Trial'* zaten er 102 man in de zaal en bij *'Zien en Zien'* 60 man.

In 2005 stond tg STAN met de voorstelling *'Redde Wie Zich Redde Kan'* in de Toneelschuur, bij de best bezochte avond bestond het publiek uit 93 man. SKaGeN was met de voorstelling *'Door Mijn Schuld'* te zien en op beide avonden zaten er 56 man in de zaal.

In 2006 stond tg STAN met de voorstelling *'Of/niet'* in de Toneelschuur, op de best bezochte avond zaten 86 man in de zaal. Ook SKaGeN was met de voorstelling *'La Merde'* te zien, daar zat 74 man in de zaal.

In 2007 was tg STAN met twee voorstellingen te zien in de toneelschuur, met *'De Eenzame Weg'*, waar de beste opkomst 75 man waren, en *'Onomatopee'* waar de beste opkomst 58 man waren. SKaGeN was aanvankelijk met de voorstelling *'Winterkant'* te zien, maar deze voorstelling werd afgelast.

In 2008 was tg STAN met de voorstellingen *'Het was zonder twijfel een ongeluk'* en *'Blijf/weg'* te zien. *'Het was zonder twijfel een ongeluk'* werd niet heel goed bezocht, want op de best bezochte avond zaten 22 man in de zaal en bij *'Blijf/weg'* op de beste avond slechts 17 man in de zaal. SKaGeN speelde de voorstelling *'Deurdedeurdeur'*, de opkomst voor deze voorstelling was relatief hoog, namelijk 106 man.

In 2009 was tg STAN te zien met de voorstelling *'Stukken'*, waar 34 man in de zaal zat.

In 2010 stond tg STAN met de voorstelling *'Zomergasten'* in de Toneelschuur. Deze voorstelling werd goed bezocht, op de best bezochte avond zaten 139 man in de zaal. Dit jaar was Abattoir Fermé te zien in de Toneelschuur met de voorstellingen *'Phantasmapolis'* en *'Galapagos'*. Bij *'Phantasmapolis'* zaten 29 man in de zaal en bij *'Galapagos'* 60 man.

In 2011 was tg STAN twee avonden te zien met de voorstelling *'Bedrog'*, waar op de beste avond 130 man in de zaal zaten. SKaGeN was een avond te zien met de voorstelling *'Berlin Alexanderplatz'*, waar 53 man in de zaal zat.

In **2012** stond tg STAN in de Toneelschuur met de voorstelling '*Decemberhonger*', waar de best bezochte avond uit 118 man bestond.

Bijlage 3C

Bezoekersaantallen van de Verkadefabriek

In 2007 was SKaGeN een avond in de Verkadefabriek te zien met de voorstelling *'Winterkant'*, helaas zijn de bezoekersaantallen van deze voorstelling onbekend.

In 2008 was SKaGeN te zien met de voorstelling *'Deurdedeurdeur'* en voor deze voorstelling werden 79 kaarten verkocht.

In 2009 was Abattoir Fermé te zien met drie voorstellingen, met *'Tourniquet'*, *'Hard Boiled'* en *'Snuff'*. De opkomst voor *'Tourniquet'* was het beste, met 106 man en bij zowel *'Snuff'* als *'Hard Boiled'* zat er 72 man in de zaal.

In 2010 stond Abattoir Fermé weer een avond in de Verkadefabriek met de voorstelling *'Galapagos'* en voor deze voorstelling werden 112 kaarten verkocht.

In 2011 was SKaGeN met de voorstelling *'Berlin Alexanderplatz'* te zien en op deze voorstelling kwamen 56 man af.

In 2012 speelde Abattoir Fermé de voorstelling *'Monkey'*. Ook deze voorstelling van Abattoir Fermé werd goed bezocht, er zaten namelijk 91 man in de zaal.

Bijlage 3D

Bezoekersaantallen van het Grand Theatre

In 2002 stond SKaGeN met de voorstelling *'Sterremix'* in het Grand Theatre, op de beste avond zaten er 65 man in de zaal. Tg STAN was met de voorstellingen *'Drie zusters'* *'Salut les Filles'* te zien, op de beste avond van *'Drie zusters'* zaten er 68 man in de zaal en bij *'Salut les Filles'* 13 man.

In 2003 stond tg STAN met de voorstellingen *'Vraagzucht'*, *'My dinner with André'*, *'Poquelin'* en *'Lucia Smelt'* in het theater. Op de beste avond van *'Vraagzucht'* zaten 37 man in de zaal, op de beste avond van *'My dinner with André'* 93 man, op de beste avond van *'Lucia Smelt'* 64 man en op *'Poquelin'* kwamen 94 man af.

In 2004 stond tg STAN met de voorstellingen *'Zien en Zien'* en *'The Monkey Trial'* in het Grand Theatre. Op de beste avond van *'Zien en zien'* zaten er 55 man in de zaal en bij *'The Monkey Trial'* 69 man.

In 2005 stonden geen van de toneelgezelschappen in het Grand Theatre.

In 2006 stonden ook geen van de toneelgezelschappen in het Grand Theatre.

In 2007 was Abattoir Fermé te zien met de voorstelling *'Tourniquet'*. De publieksopkomst voor deze voorstelling was erg hoog, want bij deze voorstelling zaten 145 man in de zaal.

In 2008 was geen van de toneelgezelschappen in het Grand Theatre te zien.

In 2009 stonden ook geen van de toneelgezelschappen in het Grand Theatre.

In 2010 stonden tg STAN, SKaGeN en Abattoir Fermé in het theater. Tg STAN was te zien met de voorstelling *'Zomergasten'* en op deze voorstelling kwamen 75 man af. Abattoir Fermé was te zien met de jeugdvoorstelling *'Nimmermeer'* en met de voorstelling *'Snuff'*. Op *'Nimmermeer'* kwamen 93 man af en op *'Snuff'* 57 man. SKaGeN was te zien met de voorstelling *'DegrotemonD'* en het gemiddelde van drie avonden voor deze voorstelling was 48 man.

In 2011 stond tg STAN met de voorstelling *'Bedrog'* in het Grand Theatre en op deze voorstelling kwamen 56 man af.

In 2012 was geen van de toneelgezelschappen te zien in het Grand Theatre.

Bijlage 3E

Bezoekersaantallen van Plaza Futura

In **2002** stond SKaGeN voor het eerst in Plaza Futura met de voorstelling *'De Verrukking'*, op deze voorstelling kwamen 49 man af.

In **2003** stond tg STAN met de voorstellingen *'Vraagzucht'* en *'Lucia Smelt'* in het theater. Op de voorstelling *'Vraagzucht'* kwamen 38 man af en op de voorstelling *'Lucia Smelt'* kwamen 57 man af.

In **2004** was SKaGeN te zien met de voorstelling *'DeDayRoom'*, waar 24 man in de zaal zaten. Tg STAN was te zien met de voorstelling *'Zien en Zien'* en daar kwamen 75 man op af.

In **2005** was de voorstelling *'Door mijn schuld'* te zien van SKaGeN en op deze voorstelling kwamen 33 man af.

In **2006** stond SKaGeN de voorstelling *'La Merde'* in het theater en Abattoir Fermé was dit jaar voor het eerst bij Plaza Futura te zien met de voorstelling *'Moe Maar Op en Dolend'*, maar de bezoekersaantallen zijn van beide voorstellingen helaas onbekend.

In **2007** was SKaGeN met de voorstelling *'Winterkant'* te zien en de publieksopkomst waren slechts 5 man.

In **2008** was SKaGeN met de voorstelling *'Deurdedeurdeur'* te zien en de opkomst voor deze voorstelling waren 84 man.

In **2009** was Abattoir Fermé te zien met de voorstelling *'Tourniquet'* en bij deze voorstelling zaten er 111 man in de zaal.

In **2010** was Abattoir Fermé te zien met de voorstelling *'Galapagos'*, maar de publieksopkomst was lager dan het jaar ervoor namelijk 41 man.

In **2011** stond tg STAN met de voorstelling *'Bedrog'* in Plaza Futura, bij deze voorstelling zaten 84 man in de zaal.

In **2012** was SKaGeN te zien met de voorstelling *'Berlin Alexanderplatz'*, bij deze voorstelling zat er 53 man in de zaal. Ook was Abattoir Fermé te zien met de voorstelling *'Monkey'* en op deze voorstelling kwamen 59 man af.

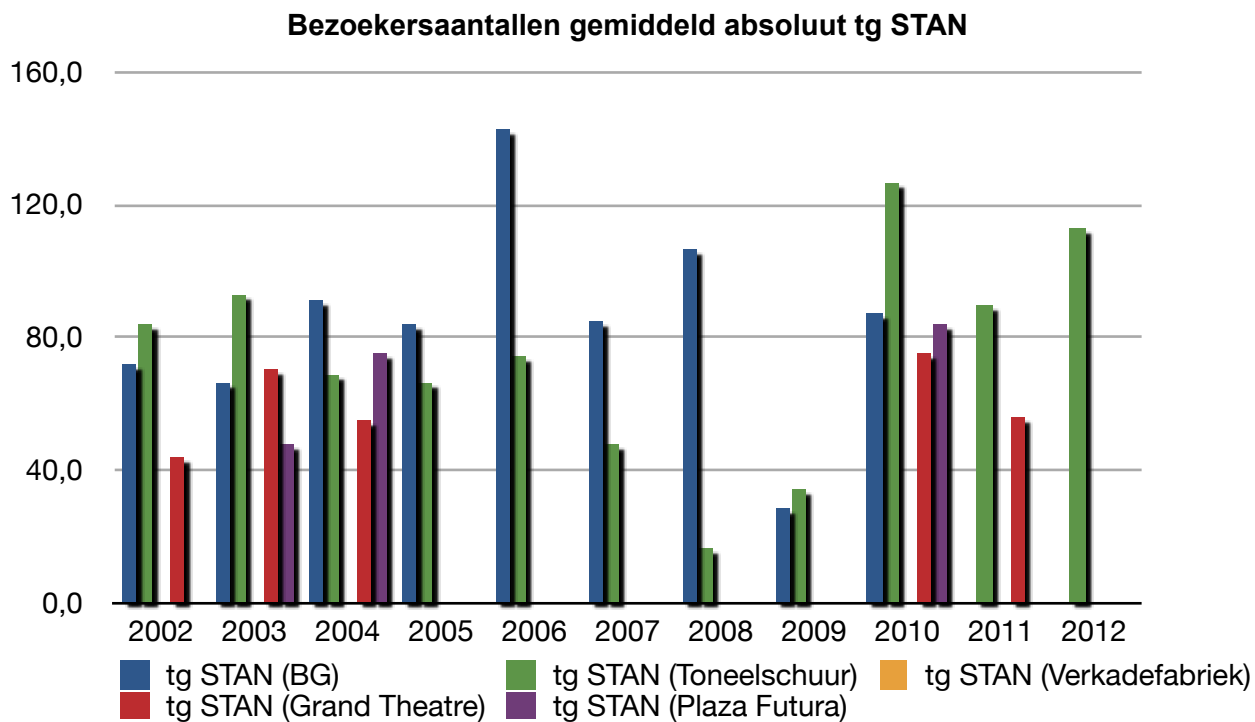
Bijlage 3F

Zaalcapaciteit van Brakke Grond, de Toneelschuur, het Grand Theatre, Plaza Futura en de Verkadefabriek

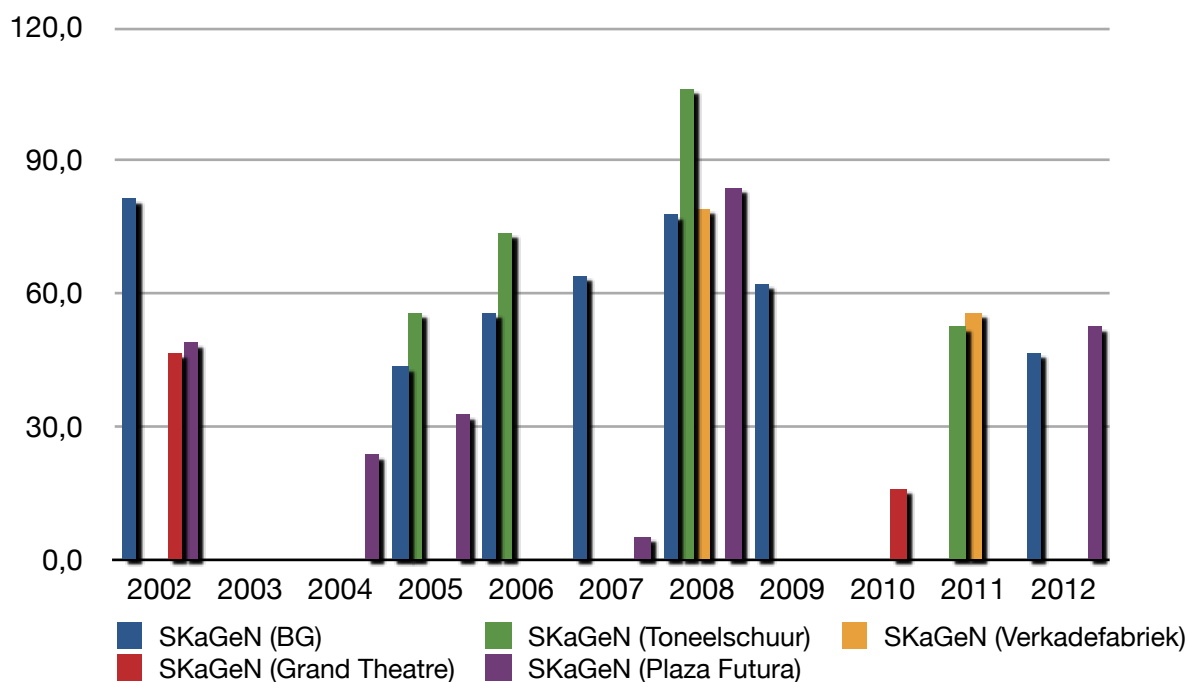
Theaters	Zalen	Capaciteit
Brakke Grond	2 theaterzalen, vlakkevloer	200 en 120
Toneelschuur	2 theaterzalen, vlakkevloer	260 en 130
Grand Theatre	2 theaterzalen, vlakkevloer	145 en 125
Plaza Futura	2 theaterzalen, vlakkevloer	200 en 100
Verkadefabriek	2 theaterzalen, vlakkevloer	305 en 106

Bijlage 3G

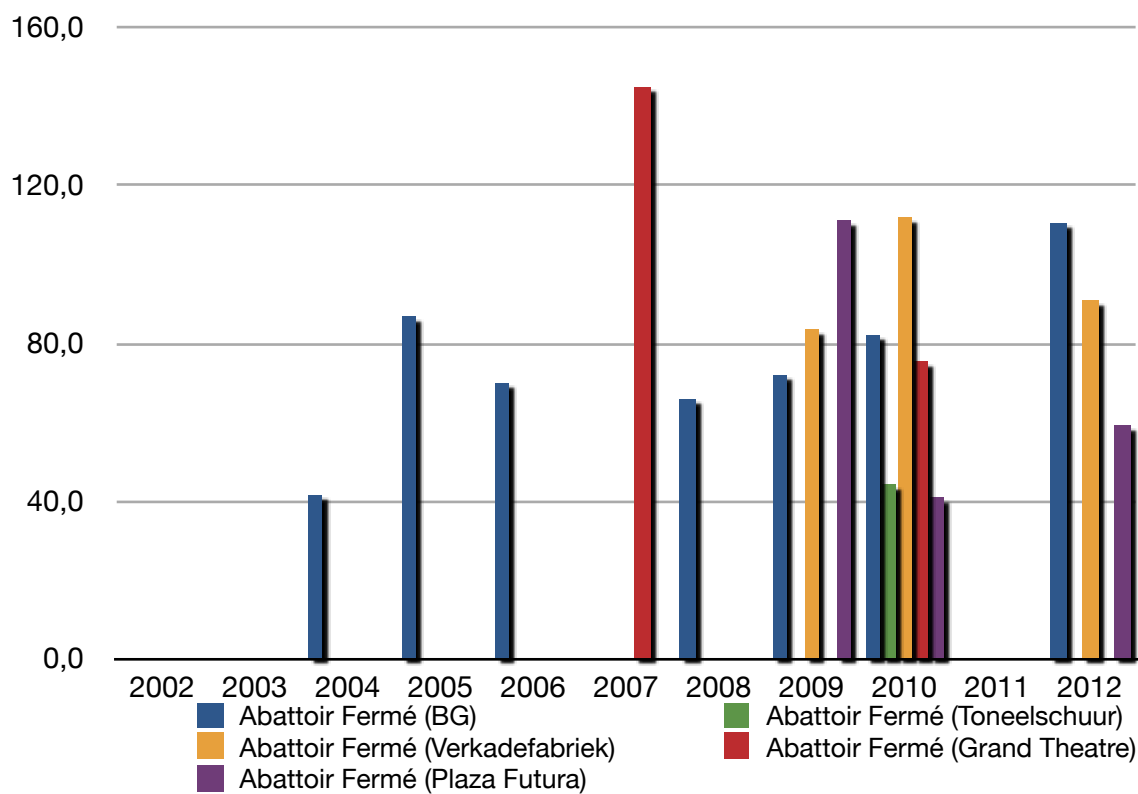
Overzichtstabel gemiddelden bezoekersaantallen



Bezoekersaantallen gemiddeld absoluut SKaGeN



Bezoekersaantallen gemiddeld absoluut Abattoir Fermé



Bijlage 3H

Tabel met de gemiddelde jaarlijkse bezoekersaantallen van SKaGeN, Tg STAN en Abattoir Fermé

Bezoekersaantallen gemiddeld	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SKaGeN (Brakke Grond)	82	-	-	44	56	64	78	62	-	-	47
SKaGeN (Toneelschuur)	-	-	-	56	74	-	106	-	-	53	-
SKaGeN (Verkadefabriek)	-	-	-	-	-	-	79	-	-	56	-
SKaGeN (Grand Theatre)	47	-	-	-	-	-	-	-	16	-	-
SKaGeN (Plaza Futura)	49	-	24	33	-	5	84	-	-	-	53
Tg STAN (Brakke Grond)	72	66	91	84	143	85	107	29	88	-	-
Tg STAN (Toneelschuur)	84	93	69	66	74	48	17	34	127	90	113
Tg STAN (Verkadefabriek)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tg STAN (Grand Theatre)	44	70	55	-	-	-	-	-	75	56	-
tg STAN (Plaza Futura)	-	48	75	-	-	-	-	-		84	-
Abattoir Fermé (Brakke Grond)	-	-	42	87	70	-	66	72	82	-	111
Abattoir Fermé (Toneelschuur)	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-
Abattoir Fermé (Verkadefabriek)	-	-	-	-	-	-	-	83	112	-	91
Abattoir Fermé (Grand Theatre)	-	-	-	-	-	145	-	-	75	-	-
Abattoir Fermé (Plaza Futura)	-	-	-	-	-	-	-	111	41	-	59