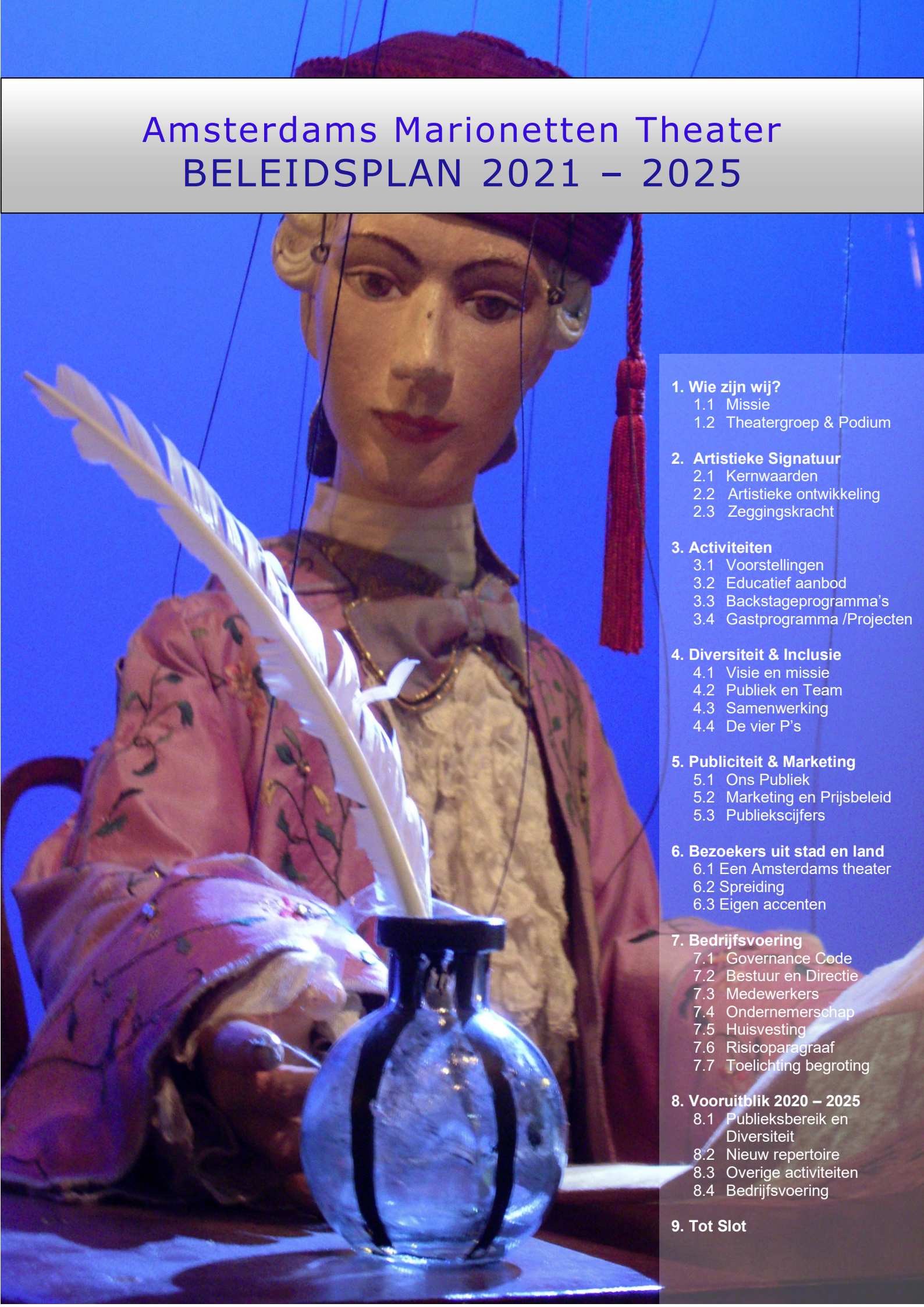




Amsterdams Marionetten Theater

BELEIDSPLAN 2021 – 2025

1. Wie zijn wij?

- 1.1 Missie
- 1.2 Theatergroep & Podium

2. Artistieke Signatuur

- 2.1 Kernwaarden
- 2.2 Artistieke ontwikkeling
- 2.3 Zeggingskracht

3. Activiteiten

- 3.1 Voorstellingen
- 3.2 Educatief aanbod
- 3.3 Backstageprogramma's
- 3.4 Gastprogramma /Projecten

4. Diversiteit & Inclusie

- 4.1 Visie en missie
- 4.2 Publiek en Team
- 4.3 Samenwerking
- 4.4 De vier P's

5. Publiciteit & Marketing

- 5.1 Ons Publiek
- 5.2 Marketing en Prijsbeleid
- 5.3 Publiekscijfers

6. Bezoekers uit stad en land

- 6.1 Een Amsterdams theater
- 6.2 Spreiding
- 6.3 Eigen accenten

7. Bedrijfsvoering

- 7.1 Governance Code
- 7.2 Bestuur en Directie
- 7.3 Medewerkers
- 7.4 Ondernemerschap
- 7.5 Huisvesting
- 7.6 Risicoparagraaf
- 7.7 Toelichting begroting

8. Vooruitblik 2020 – 2025

- 8.1 Publieksbereik en Diversiteit
- 8.2 Nieuw repertoire
- 8.3 Overige activiteiten
- 8.4 Bedrijfsvoering

9. Tot Slot

1. Wie zijn wij?

1.1. Onze missie

De **missie** van het Amsterdams Marionetten Theater: het toegankelijk maken van muziektheater / opera voor een divers samengesteld publiek. Van jong tot oud, uit alle lagen van de samenleving. Daarbij vormt de unieke theatervorm van het *Europese klassieke marionetten-theater* de inspiratiebron

Hoe geven we hieraan uitvoering?

Het AMT is bij uitstek een laagdrempelig theater, door het **genre** (poppentheater), de **lage toegangsprijzen** en vele **speciale acties** voor minder kansrijke groepen. Het AMT is geen kindertheater, maar een theater voor **iedereen**. Laagdrempelig, maar met een hoogwaardig cultureel aanbod: aan de kwaliteit van de voorstellingen en het niveau van de muzikale uitvoering wordt de grootste zorg besteed. De voorstellingen worden ook door recensenten en opera/theaterliefhebbers hoog gewaardeerd (zie *bijlage en site*).

Sinds 1987 verwelkomen we een mooie mix van publiek in ons theater. Veel mensen achten Nationale Opera of Concertgebouw 'ver van hun bed', zowel qua uitstraling als qua budget. Bij een poppentheater stap je veel makkelijker binnen.

Maar de deuren wijd open zetten is niet genoeg. We merken dat er soms méér nodig is om mensen die theater niet van huis uit hebben mee gekregen over de drempel te helpen. Samenwerking met andere organisaties kan daarbij helpen. Meer daarover in hoofdstuk 4: *Diversiteit & Inclusie*.

Europees Cultureel erfgoed

Het AMT zet zich in voor behoud en vooral ontwikkeling van het *Europese klassieke marionettentheater*. Het AMT is opgenomen in de inventarisatie van het **Netwerk Immaterieel Erfgoed** www.immaterieelerfgoed.nl



1.2 Theatergroep en Podium

Het Amsterdam Marionetten Theater (AMT) is een **theatergroep**, maar ook een **podium**. Het AMT **produceert** marionetten-repertoire en **presenteert** deze voorstellingen (en ook andere activiteiten) in 'eigen huis'.

Het AMT is ruim 30 jaar gevestigd vlakbij de Nieuwmarkt (Nieuwe Jonkerstraat). Deze voormalige smederij is door ons, met steun van private fondsen, getransformeerd tot een sfeervol marionettentheater (max. 70 bezoekers). *Podium* en *gezelschap* zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden: de vaste 'poppenspelersbrug' met alle specifieke technische faciliteiten, houtsnij- en kostuumatelier en kantoor zijn essentieel voor onze exploitatie.



In de intieme en flexibele zaal – voor iedereen goed fysiek toegankelijk – worden ook tal van andere activiteiten georganiseerd: educatieve workshops, 'operadiners' voor groepen, backstage programma's en gastprogramma's (concerten, film). De theaterzaal wordt ook veel verhuurd (debatten, vergaderingen, recepties, diners)

Uit het Gastenboek:

'Opera leren kennen via de schitterend gemaakte poppen en gloedvolle voorstellingen van het AMT - een unieke vorm van laagdrempelige cultuuroverdracht'

2. ARTISTIEKE SIGNATUUR

2.1 Kernwaarden / kracht van de Marionet



Het AMT onderzoekt heel consequent de expressieve mogelijkheden van het **klassieke Europese Marionettentheater** voor het publiek van nu. Daaruit is een volstrekt nieuwe, poëtische vorm ontstaan van de oorspronkelijke 'marionettenopera' (ontstaan in de 18^e eeuw) en beeldend muziektheater. Een unieke en toegankelijke vorm van muziektheater, waarin vele disciplines samenkomen. Een 'springlevende traditie'...

Het AMT is in Nederland de enige beoefenaar van dit specifieke (muziek)theatergenre. De rijkdom aan mogelijkheden die dit genre biedt vormt voor ons een voortdurende bron van inspiratie. Maar we zijn *niet* op zoek naar nostalgie of museale waarden, of instandhouden van het genre 'côte que coûte'. We onderzoeken juist graag de mogelijkheden van dit culturele erfgoed voor een hedendaags publiek. Voorop staat bij al onze marionettenproducties: de geheel eigen *aard van de marionet* en zijn *specifieke uitdrukkingsmogelijkheden*. Dit bepaalt wie wij zijn en wat wij doen.

De **eigen bewerkingen** die wij van elk stuk maken (muzikaal en inhoudelijk) dragen bij aan het uitgesproken karakter van de uitvoeringen. Daarbij staan de volgende **kernwaarden** centraal:

- **waarachtigheid**
- **naïviteit**
- **ambachtelijk vakmanschap**

waarachtigheid Voor het AMT ligt de kern in de *archetypische kracht* van de marionet. Marionetten hebben geen ego en zijn zich – in tegenstelling tot acteurs – niet van zichzelf bewust. De marionet brengt de toeschouwer in contact met het 'paradijs van de verloren onschuld', zoals Heinrich von Kleist dat omschreef in zijn beroemde essay '*Über das Marionettentheater*' (1810).

Juist in deze tijd van digitalisering zien we dat de toeschouwer belangstelling heeft voor *authenticiteit* en *puurheid / waarachtigheid*. Een ontwikkeling die parallel loopt aan de belangstelling voor 'authentiek koken'.

En uit de feedback van ouders blijkt: de jongste bezoekers ervaren wat zich *live* op het marionetten-toneel afspeelt als 'echter' en zelfs spannender (de duivels uit Faust!) dan de games die ze in de digitale wereld spelen.

naïviteit

Bij de keuze van ons muzikale repertoire speelt het begrip *naïviteit* een belangrijke rol. Niet in de zin van kinderachtig of onnozel, maar in de zin van onbevangen, ongeunsteld, zuiver. Het AMT brengt niet de grote opera's 'in miniatuurvorm' maar kiest voor een heel eigen, specifiek repertoire. Opera's als *Così fan Tutte* of *Traviata*, waarbij de psychologische ontwikkeling van de personages een grote rol speelt, kunnen het beste gestalte worden gegeven door operazangers van vlees en bloed. Maar repertoire waarin het archetypische / naïeve voorop staat, daaraan weet de marionet een dimensie toe te voegen.

ambachtelijk vakmanschap

Op ons eigen atelier worden de marionetten uit lindenhout gesneden, en worden kostuums, rekwisieten en decor vervaardigd. Het ambachtelijke vakmanschap is een onderscheidend aspect dat bepalend is voor onze artistieke signatuur. Houtsnijders, poppenspelers, kostuummakers, rekwisiteurs en decorschilders (zeer ervaren vakmensen maar ook jonge stagiairs) inspireren elkaar en verbinden eeuwenoude technieken met nieuwe toepassingen.



2.2 artistieke ontwikkeling

Aan de hand van bovengenoemde drie kernwaarden wordt telkens gezocht naar **nieuwe vormen en benaderingen**.

Wij nemen veel vrijheid bij het **bewerken** van het materiaal. Alle stukken worden muzikaal bewerkt en in het Nederlands vertaald. 'De Reis van Doctor Faust' en 'De Wijde Wereld' zijn producties die **geheel nieuw geschreven** zijn. Dat biedt veel mogelijkheden om medium (marionet) en inhoud optimaal op elkaar af te stemmen.

Binnen de **enscenering** krijgen *bewegende objecten* een steeds belangrijker functie in het visualiseren van het drama. Een theepot en koekenpan die samen een duet dansen: niet alles hoeft realistisch te zijn. Een zwevende Helena ('*de mooiste vrouw uit de geschiedenis*'): waar anders zie je dat dan in een marionet-tenttheater, waar voortdurend een spel met de zwaartekracht wordt gespeeld?



Het **decor** is abstracter geworden, juist om de rijk gedetailleerde marionetten en bewegende objecten alle ruimte te geven. Het **lichtontwerp** – en in onze meest recente productie ook het gebruik van **projectie** – versterkt de betekenis en afwisseling van de scenes (zie ook 3.1).

2.3 zeggingskracht en beoogd publiek

Hoe zorgen we ervoor dat onze voorstellingen het beoogde publiek daadwerkelijk aanspreken, en intenties / inhoud goed overkomen? Ons publiek is heel gevarieerd samengesteld (zie 4.2 en 5.1), aansluitend bij onze missie (1.1). Om deze diverse groepen te 'raken' is het **genre** (laagdrempelig en aansprekend voor velen) heel belangrijk, en ook de **Nederlandse teksten**. Als 'pionier' brengen wij onze opera's / muziektheater al 30 jaar in het Nederlands; iets waar de laatste jaren ook door andere operamakers voor wordt gekozen. Ook voor bezoekers die de taal niet machtig zijn is het verhaal uitstekend te volgen door de **visualisering**, in combinatie met een Engels, Frans of Duits programmablad.

Uit het Gastenboek:

Er werd een luikje voor mij geopend naar een wereld die ik vergeten was.

De Theaterkrant, 2018:

★★★★★

Het is spannend om te zien hoe het AMT telkens weer nieuwe kunstperioden opzoekt om de tanden in te zetten. En ook nog steeds nieuw 'kunst- en vliegwerk' weet uit te vinden.

Ook de **enscenering** moet er toe bijdragen dat inhoud en intenties bij de beoogde doelgroepen 'binnenkomen'. Door de **gelaagdheid** die wij in elke voorstelling aanbrengen beleeft een ieder - jong en oud, erudiete operaliefhebber en onervaren theaterbezoeker - de voorstelling op zijn of haar manier. In 'De wonderbaarlijke reis van Doctor Faust' zien kinderen een aandoenlijke poedel op het toneel, die onverwacht zijn gevaarlijke tanden toont. Maar de echte Goethe-kenner ziet in dit dier ook een verwijzing naar de duivel zelf: '*des Pudels Kern*'.

Ook de **humor**, de **visuele rijkdom** en de **dieren** (bij jong en oud favoriet) dragen er aan bij dat de voorstelling de diverse doelgroepen heel direct aanspreekt en ontroert – ongeacht de culturele interesse of achtergrond. Dit maakt de voorstellingen heel 'aanraakbaar'.

En tot slot: de presentatie in ons intieme '**eigen huis**' en het **directe persoonlijke contact** met het publiek (o.a. het kijkje van dichtbij na de voorstelling) zorgt ervoor dat eenieder zich zeer welkom voelt. Zoals ook blijkt uit de vele enthousiaste reacties van bezoekers uit binnen- en buitenland na de voorstelling. Zo'n **75.000 mensen** bezochten inmiddels onze voorstellingen, die ook door **recensenten** en **vakgenoten** hoog worden gewaardeerd (marionettentheater.nl/pers)

3. ACTIVITEITEN

MARIONETTEN VOORSTELLINGEN

Marionetten-opera's voor jong en oud, met bezoekers uit alle lagen van de samenleving. Met speciale acties voor bezoekers met een krappe beurs

BACKSTAGE PROGRAMMA'S

Een kijkje achter de coulissen en op het houtsnij- en kostuumatelier. Speciale programma's 'op maat' voor specifieke groepen (deelnemers met een beperking, studenten vakopleiding)

EDUCATIEVE PROGRAMMA'S

Voor kinderen in schoolverband: creatieve workshop 'Maak je eigen marionet' en speciale schoolvoorstellingen

GASTOPTREDENS

concerten / cinema / poëzie

& SPECIALE PROJECTEN

eenmalige activiteiten, projecten voor de buurt

3.1 Voorstellingen

Repertoire-keuze

Muziek is de taal van de marionet. Joseph Haydn schreef in de 18e eeuw speciale marionettenopera's als een experiment in de zoektocht naar een **universele vorm van theater**. Theater waarin net als in de Oudheid alle disciplines samenkomen: muziek en dichtkunst, beweging en schilderkunst. Een zoektocht die in de loop der eeuwen door Goethe, Wagner, en vele, vele anderen werd voortgezet, en die ook hedendaagse componisten / theatermakers intrigeert.

Voor ons is het *klassieke marionettentheater* een inspiratiebron waarin muziek en theater onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn.

Zoals eerder opgemerkt: wij brengen niet de grote opera's 'in miniatuurvorm' maar kiezen voor stukken van een *poëtische intimiteit*, met *archetypische personages*. Ontroering, humor en fantasie gaan in de wereld van het marionettentheater hand in hand. Bij de keuze van het repertoire maken wij niet alleen een artistieke afweging, maar stellen ook de vraag: heeft het stuk een zekere *universele zeggingskracht*? Raakt dit stuk ons publiek? (zie 3.3)

Samenwerking met musici

Elk stuk wordt muzikaal bewerkt, passend bij de intimiteit en eigenheid van de marionet. Zo klinkt in 'Doctor Faust' een uniek, 'magisch' Débain harmonium. De stemmen van de (opera)zangers matchen optimaal met de personages. Er wordt samengewerkt met internationaal ervaren, gerenommeerde musici en zangers, o.l.v. muzikaal leider Vaughan Schlepp. Van elk stuk wordt een hoogwaardige CD-opname geproduceerd, geprezen door recensenten en publiek, die bij de voorstellingen wordt gebruikt (ook te koop via Brilliant Classics / te beluisteren via Spotify).

Werkwijze

Het AMT kent – inherent aan deze specifieke theatervorm – een heel andere werkwijze dan andere gezelschappen. Het maken van een nieuwe productie is een proces van jaren in plaats van maanden.

In de theatersector is gebruikelijk dat producties in korte tijd worden voorbereid, enkele weken of maanden gespeeld en daarna voorgoed van het toneel verdwijnen. Bij het AMT daarentegen *blijven alle producties op het repertoire*, elkaar telkens afwisselend. Het klassieke marionettentheater is een uitermate complexe theatervorm. Alle houten marionetten, de kostuums, complexe rekvisieten en decors worden in eigen huis gemaakt – met bescheiden financiële en personele middelen. Daardoor is er een lange productietijd. Wij kiezen heel bewust voor een tijdloze, universele vorm van theater, met veel aandacht voor detail, ambachtelijk vakmanschap en *quality of the production*. 'Circulair theater': onze producties zijn duurzaam, en op het atelier wordt alle materiaal hergebruikt. Restafval is er nauwelijks. De producties doorstaan de tand des tijds met verve en worden 'rijker' naarmate ze langer gespeeld worden. Er worden nieuwe personages of rekvisieten toegevoegd, scènes worden verder uitgewerkt en vooral: de poppenspelers kunnen vrijer met de gecompliceerde techniek omgaan, wat de kwaliteit van het marionettenspel ten goede komt.

Elke serie voorstellingen trekt – naast de echte fans die de voorstellingen meermaals zien en telkens nieuwe lagen ontdekken – weer *nieuw publiek*, zo blijkt uit publieksonderzoek (5.1).

Producties te zien in 2020 - 2025

***De Wijde Wereld
op reis met Schubert***

Het klassieke lied was de inspiratiebron voor dit nieuw geschreven stuk. Een 'coming of age', ode aan de natuur

***De Wonderbaarlijke
reis van Doctor Faust***

Een avontuurlijke *pasticcio* met muziek van o.a. Offenbach, Wagner en Gounod - een gewaagde combinatie.

***Het Luchtkasteel
Jacques Offenbach***

Opera-comique: typisch voorbeeld van *naïef repertoire*

***De Toverfluit
W.A. Mozart***

De 'toveropera': een goede match met de poëtische intimiteit van het marionettentheater

***De Impresario
W.A. Mozart***

Vrije bewerking van 'Der Schauspieldirektor' met 'einlagen' uit ander onbekend werk van Mozart

***De Vliegende Hollander
met muziek van Wagner***

**WERK IN
UITVOERING**

Meer over deze nieuwe productie in wording: 8.2

3.2 Educatieve Programma's

Anders dan veel mensen denken is het AMT geen specifiek 'kindertheater'. Maar kinderen in aanraking brengen met theater en klassieke muziek (opera / muziektheater) beschouwen wij wel als een van de kernopdrachten van ons gezelschap. Wie jong met kunst in aanraking komt, heeft er een leven lang plezier van.

Kinderen bezoeken de **reguliere marionetten-voorstellingen** samen met hun (groot)ouders en maken zo kennis met opera / klassieke muziek. Daarnaast organiseren wij **speciale educatieve programma's**, meestal gericht op primair onderwijs. Bij onze workshop 'Maak je eigen marionet' worden juist ook kinderen uit de 'aandachtswijken' bereikt. Kinderen met een niet-westerse achtergrond, die 'knutselen' en theaterbezoek niet van huis uit hebben meegekregen, beleven zichtbaar (en hoorbaar) plezier aan deze workshop. Daardoor wordt voor deze kinderen een drempel weggenomen zodat ze in de toekomst minder schroom zullen hebben om theater of concert te bezoeken of creatieve activiteiten te ondernemen.

Elk jaar doen wij ook mee aan de *Kunstschooldag*. De laatste jaren horen we van scholen dat er in Amsterdam een over-aanbod is van educatieve activiteiten. Scholen kiezen – begrijpelijk – eerder voor een beroemde instelling als het Rijksmuseum dan een klein theater. We zoeken het daarom meer in kwaliteit dan in kwantiteit van het aanbod: een intensief begeleide workshop ('Maak je eigen marionet') wordt door scholen hoog gewaardeerd. Voor ons betekent dat wel: heel veel menskracht op het vlak van begeleiding en voorbereiding van het materiaal. Maar het enthousiasme van kinderen en begeleiders maakt het meer dan waard!

Bij onze workshop 'Maak je eigen marionet' worden juist ook kinderen uit de 'aandachtswijken' bereikt.

3.3 Backstage Programma's



Backstage: borduurwerk dat als 'braille' kan worden gelezen

Authenticiteit en **ambacht** staan juist in dit digitale tijdperk sterk in de belangstelling. Bij onze *Backstage Programma's* (voor groepen volwassenen, kinderen of vakstudenten) krijgt het publiek een uniek kijkje achter de schermen. Met een demonstratie van de

complexe marionettenspeltechniek en een uitleg op het houtsnij-atelier en kostuum-atelier. Deelnemers kunnen ook zelf spelen met eenvoudige marionetten. Of als theatertechicus aan de slag met windmachine, donderplaat en

natuurlijk theaterspots...

Deze programma's worden speciaal op maat aangeboden en lenen zich goed voor een specifieke doelgroep / divers publiek.

Zo bieden we i.s.m. KUBES een **speciaal backstage programma voor blinden**, gericht op voelen/ruiken /horen. De geur van vers gezaagd hout op het atelier, het borduurwerk van de kostuums dat als 'braille' kan worden gelezen...

3.4 Gastoptredens en Projecten

Verder in ons theater:

- incidentele gastprogrammering
- Underground Cinema (ism curator Jeffrey Babcock)
- bijzondere projecten

Enkele van deze projecten:

- installatie 'Nobody', **Light Festival**
- educatief project **Oorlog in mijn Buurt**
- kunstproject **'Arts, Crafts, Whimsicals'**



4. Diversiteit & Inclusie

4.1 Visie en missie

ONZE VISIE OP DIVERSITEIT EN INCLUSIE

Het AMT: een veilige plek waar iedereen zich thuis en welkom voelt, ongeacht culturele achtergrond, fysieke of mentale beperking, leeftijd, seksuele voorkeur, opleidingsniveau of economische status. Iedereen wordt gewaardeerd om wie hij of zij is, wordt gerespecteerd en gehoord. Dat geldt voor zowel publiek als het team van vrijwilligers en vaste medewerkers.

Betrokkenheid, vakmanschap en creativiteit zijn eigenschappen die onze medewerkers met elkaar delen. We geloven in een creatieve omgeving waar alle medewerkers zich ondersteund en gewaardeerd voelen, ongeacht wie ze zijn of waar ze vandaan komen.

ONZE MISSIE

Bovenstaande visie – breed gedragen door het team – sluit aan op onze **missie**, die vanaf de oprichting in 1987 wordt uitgedragen:

het toegankelijk maken van muziektheater / opera voor een divers samengesteld publiek. Van jong tot oud, uit alle lagen van de samenleving.

Hoe realiseren we deze missie?

Het deelnemen aan of consumeren van cultuur is niet voor iedereen vanzelfsprekend. Zeker *theater* heeft een hoge drempel. Wij zien het als een uitdaging om mensen wél die eerste stap te laten zetten. Door barrières weg te nemen (zowel fysiek als bijv. op het gebied van taal), lage toegangsprijzen en speciale acties voor gratis kaarten (Voedselbank Cultuur, Stadspas e.d.), en onze 'aanraakbare' voorstellingen, visueel aansprekend en met humor. Maar ook door het organiseren van speciaal ontwikkelde activiteiten: een Backstage programma voor *visueel gehandicapten* bijvoorbeeld, waarin tast- en reukzin voorop staan. Een workshop voor basisscholen 'Maak je eigen marionet', waarbij kinderen uit Nieuw West met een migratieachtergrond enthousiast aan het knutselen slaan – een bezigheid die voor hen helaas minder vanzelfsprekend is dan voor autochtone kinderen.

4.2 Samenstelling publiek en team

Ons *publiek* en ook ons eigen *team* is zeer gevarieerd samengesteld. Van jong tot heel oud, uit alle lagen van de samenleving, vele nationaliteiten, met heel diverse achtergronden. De deuren staan open voor iedereen. In ons eigen team van ca. 25 medewerkers en vrijwilligers zijn zes nationaliteiten vertegenwoordigd.

Zoals eerder opgemerkt: voor veel mensen met een *migratie-achtergrond* is theaterbezoek niet vanzelfsprekend. Ons laagdrempelige poppentheater scoort vermoedelijk beter dan menig andere culturele locatie, maar wij zouden het aantal bezoekers uit deze doelgroep graag verhogen.

Theaterbezoek kan en mag nooit dwangmatig zijn. Verleiden is de kunst...

Educatieve workshops, gast-activiteiten en speciale acties spelen daarbij een belangrijke rol.

4.3 Samenwerking

We hebben stappen gezet om dit nieuwe publiek actiever te benaderen en naar het theater te loodsen. Er is een samenwerking opgestart met de volgende personen en organisaties:

• Team Entree / Gemeente Amsterdam (Statushouders)

Team Entree helpt statushouders een plek te geven in de maatschappij. Teamleider Essam Zaki bracht ons in contact met een gevluchte kunstenaar uit Iran, nu als vrijwilliger werkzaam op ons atelier. Met Zaki is ook een actie opgestart om statushouders over de drempel van ons theater te helpen. O.a.: groepsbezoek voorstelling voor 50 statushouders (sterk gereduceerd tarief) en een speciale kinder-workshop.

• Stichting Granate

Stichting Granate (artistiek leider Nafiss Nia) zet zich in om inclusiviteit en diversiteit te bevorderen in film en poëzie, en heeft als doel kansen te creëren voor professionele biculturele dichters en filmmakers, voornamelijk voormalig vluchtelingen. Het AMT participeert in het Granate Festival, waar diversiteit de kleur bepaalt.

• Wereldhuis / Diaconie Amsterdam

Het Wereldhuis – gevestigd dichtbij het AMT – is een veilige plek voor ongedocumenteerde vluchtelingen en migranten. Mensen die op zoek zijn naar nieuwe perspectieven voor de toekomst. Binnenkort wordt voor de kinderen uit deze groep een workshop georganiseerd 'Maak je eigen marionet'.

Verder is er samenwerking met partners die zich richten op groepen met een *beperking*. O.a.:

- **KUBES** (blinden en slechtzienden)
- en groepen met een *lage sociaal-economische status*, zoals
- **Voedselbank Cultuur**
 - **Stadspas**

We zien er naar uit om de komende jaren de samenwerking met bovengenoemde organisaties geleidelijk verder uit te bouwen, en ons aan nieuwe partners te verbinden.

4.4 De vier P's

Hierboven werden al onderdelen genoemd uit 'de vier P's': programma, publiek, personeel en partners.

Samenvattend:

- **P**rogramma: wij bieden laagdrempelige marionettenvoorstellingen (qua genre en taal) / programma's op maat voor mensen met een fysieke of mentale beperking / workshops voor kinderen uit



aandachtswijken en kinderen van statushouders / gastprogramma's. Bij ons programma blijft de *artistieke kwaliteit* maatgevend.

- **P**ubliek: huidig publiek is divers samengesteld, van jong tot oud, vele nationaliteiten, veel bezoekers met een krappe beurs. Prioriteit en uitdaging is het aandeel bezoekers met een migratie-achtergrond te verhogen (vooral door samenwerking en gastprogramma's).
- **P**ersoneel (wij spreken liever over **Team**, ivm grotendeels vrijwilligers): van 22 – 80 jaar, met heel diverse achtergronden. Meerdere medewerkers / vrijwilligers met een kwetsbaar profiel (mentale problematiek). Zes nationaliteiten (Iran, Argentinië, Bulgarije, Duitsland, Zwitserland, Canada). Ca. 70% vrouw / 30 % man (artistieke en zakelijke leiding: vrouw).
- **P**artners: samenwerking met nieuwe partners die zich specifiek richten op mensen met een migratie-achtergrond, en partners die zich richten op mensen met een beperking of een lage sociaal-economische status (zie hierboven). We streven er naar om de samenwerking met deze en andere organisaties de komende jaren geleidelijk verder uit te bouwen.

5. PUBLICITEIT & MARKETING

5.1 Ons Publiek

Ons publiek is zeer gevarieerd samengesteld: van jong tot oud, waaronder ook bezoekers met een krappe beurs, hoog en laag opgeleid, diverse nationaliteiten (zie vorige hoofdstukken).

Publieksgroepen

Bij de reguliere voorstellingen:

- **familiepubliek:** (groot)ouders met kinderen
- **'dagjesmensen'** uit heel Nederland
- **'nieuwe en oude Amsterdammers'** (onervaren theaterbezoekers, via speciale acties i.s.m. Team Entree, Stadspas, Voedselbank etc.)
- **opera- en muziekliefhebbers** (interesse in bijzonder repertoire)
- **poppentheater-liefhebbers** (uit binnen- en buitenland, ook vakgenoten).
- **theaterliefhebbers** (o.a. via *We Are Public*)
- **toeristen en expats**

Bij de educatieve activiteiten:

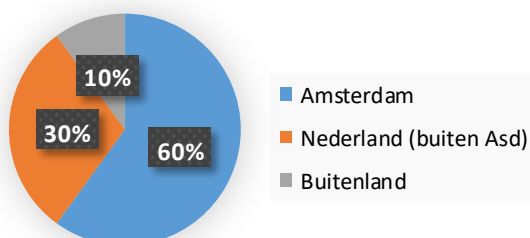
- **scholieren** (3.2)

Hoe krijgen we een beeld van ons publiek?

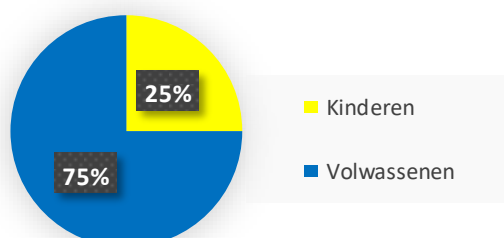
- **reserveringssysteem**
- **publieksonderzoek**
- **persoonlijk contact met bezoekers**

Sommige factoren zijn heel concreet meetbaar: *geografische herkomst* en *leeftijd* bijvoorbeeld. Deze gegevens zijn afkomstig uit het **reserveringssysteem** (cijfers 2017 en 2018).

Geografische herkomst



Leeftijd



Publieksonderzoek geeft ons meer *inhoudelijke informatie*. Uit enquêtes bij try-outs van 'De Wijde Wereld' (2018) kregen we feedback hoe de voorstelling werd *ervaren en beoordeeld* op diverse aspecten. Ook bleek dat relatief veel publiek werd bereikt dat *zelden of nooit een klassiek concert bezoekt* (30%). En er was veel *nieuw publiek*: 40% van de respondenten bezocht ons theater voor het eerst.

Maar niet alles is meetbaar. We beschikken niet over harde cijfers mbt het aandeel bezoekers met een *migratie-achtergrond*. Definiëring en privacy spelen hierbij een rol. Prioriteit en uitdaging is om de drempel voor bezoekers met een migratie-achtergrond verder te verlagen, vooral door samenwerking met nieuwe partners en gastprogramma's (hfdst.4 en 8).

Uit het Gastenboek:

Diep, diep, diep onder de indruk. Magisch, meeslepend

review Google:

Brilliant. unique experience

Om goed 'feeling' te houden met ons publiek is voor ons **persoonlijk contact met bezoekers** het belangrijkste. In ons intieme theater is er een heel direct contact: artistiek leider en poppenspelers gaan

vaak in gesprek met bezoekers bij de kassa en de bar, en bij de demonstratie marionettenspel na afloop. Bezoekers laten ons weten hoe ze in ons theater terecht kwamen, hoe de voorstelling hen raakte, etc. Voor ons een rijke bron van informatie, en voor de bezoeker een teken van persoonlijke betrokkenheid en gastvrijheid.

5.2 Marketing en Prijsbeleid

Het AMT is het enige klassieke marionettentheater in Nederland. Deze *niche* is een voordeel wat betreft marketing; we kunnen ons onderscheiden van anderen. Maar we kampen ook met een hardnekkig cliché: *'poppentheater, dat is toch voor kinderen?'*. Onze marketing is er op gericht om dit beeld bij te stellen. Visueel materiaal (foto, video) en de associatie met opera helpen daarbij.

Hoe bereiken we ons publiek?

Door een klein budget zijn we vooral afhankelijk van *free publicity*. Activiteiten op sociale media, het bijhouden van talrijke digitale agenda's, en samenwerkingsacties zijn effectief maar ook arbeidsintensief.

Verhoging van het budget is gewenst.

Om de diverse publieksgroepen te bereiken zet het AMT vooral in op:

- **relatie met vaste bezoekers**; zij zijn de beste ambassadeurs van ons theater en nemen telkens nieuwe gasten mee (o.a. Marionetten Nieuws, sociale media, Vriendenkring, reviews)
- **website** (recent nieuwe site; tweetalig, veel film en beeld, goede SEO).
- **sociale media** (Facebook, Twitter, YT, Insta)
- **on line agenda's** en **communities**
- **reviews** Google, Trip Advisor etc.
- **deelname evenementen** (o.a. Monumentendag)
- **speciale kortingsacties** (o.a. burena-actie, Stadspas-cheque, Parool Mail & Win)
- **samenwerking met andere organisaties** (We Are Public, Amsterdam Oude Stad, Amsterdam & Partners)

Natuurlijk blijven ook de traditionele publiciteitsmiddelen van belang:

- **seizoensflyer** (mailing en distributie in de stad)
- **persberichten**
- **reisgidsen** en **toeristenplattegronden**
- **exposure radio en TV**

Prijsbeleid

De prijsstelling is afgestemd op de doelgroepen die wij willen bereiken - veelal met een beperkte draagkracht. Ticketprijzen zijn ook afgestemd op een belangrijke speler op de familiemarkt: de bioscoop. De mogelijkheid tot prijsdifferentiatie is beperkt: in onze kleine zaal zijn de beste plaatsen gereserveerd voor kinderen. Er zijn diverse kortingacties (via organisaties, media, burena).

5.3 Publiekscijfers

Het marionettentheater is naar zijn aard een kleinschalige, intieme theatervorm. Het aantal bezoekers per jaar is dan ook bescheiden. Het aantal bezoekers (*producerend + presenterend + educatie*) fluctueert door de jaren heen, o.a. door deelname aan evenementen (*zie grafiek onderaan de pag.*)

Aantal Publieksactiviteiten per seizoen

eigen voorstellingen (marionetten)	30
backstage programma's	8
educatieve activiteiten	7
gastprogramma's	5
TOTAAL publieksactiviteiten	50



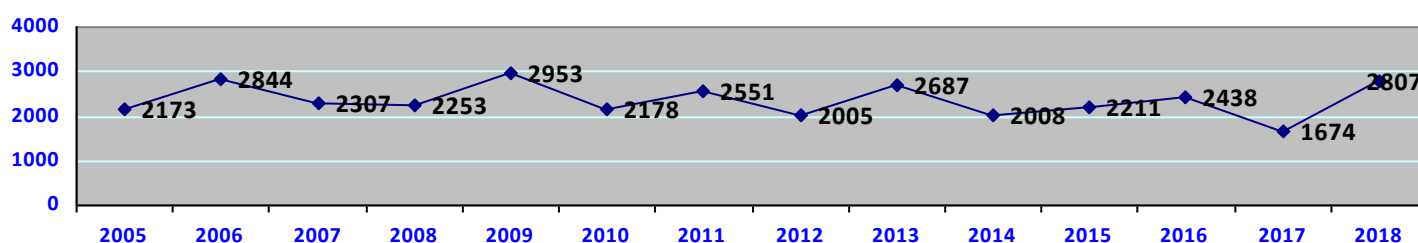
optreden bij Podium Witteman

Naast publieksactiviteiten wordt het gebouw intensief gebruikt voor repetities, atelier, zaalverhuur en kantoor.

Nieuw publiek

Vergeleken met de bekende theaters waar veel Amsterdammers al eens zijn geweest heeft het kleine AMT relatief veel bezoekers die *voor het eerst* het theater ontdekken (publieksonderzoek 2018: 40 %). We vinden het belangrijk dat *nieuw* publiek ook *vast* publiek wordt: de echte fans brengen telkens weer nieuwe gasten mee en delen onze activiteiten via sociale media. Prioriteit voor de komende jaren is het aantal bezoekers met migratie-achtergrond te verhogen. Acties met partners en speciale gastprogramma's geven de beste respons (*hfdst. 4 en 9*).

—◆— Bezoekers Publieksactiviteiten in Amsterdams Marionetten Theater



6 Bezoekers uit stad en land

6.1 Een Amsterdams theater

Het **Amsterdams** Marionetten Theater: niet zonder reden dragen wij deze naam. Sinds 1987 gevestigd bij de Nieuwmarkt, in een voormalige smederij, in het hart van de oude binnenstad. Een plek waar Amsterdammers zich welkom voelen – een kleine oase te midden van de hectiek en drukte die deze buurt in toenemende mate kenmerkt.

Maar ook mensen van buiten de stad en toeristen zijn verrast hier temidden van alle *tourist traps* en nuttelloze zaken zo'n uniek, ambachtelijk theater aan te treffen.

Samenwerking

Het AMT werkt samen met allerlei organisaties in Amsterdam zoals Amsterdam Oude Stad, Kunstschool, Wereldhuis Diaconie, Team Entree (Gemeente), scholen primair onderwijs en VMBO, Open Monumenten Dag, We Are Public, Stadspas, Amsterdam & Partners, Voedselbank Cultuur, Underground Cinema en vele eenmalige samenwerkingen.

6.2 Spreiding

Al onze activiteiten vinden plaats in Amsterdam, als gevolg van de faciliteiten die nodig zijn voor deze specifieke vorm van marionettentheater. Ons publiek bestaat voor **60%** uit Amsterdammers, uit alle delen van de stad. Bij onze *educatieve workshops* en de *Kunstschool* worden veel kinderen uit de 'aandachtswijken' bereikt. Om ook volwassenen met een migratie-achtergrond actiever naar ons theater te loodsen wordt samengewerkt met andere organisaties (hoofdstuk 4: *Diversiteit & Inclusie*).

Ca. **30 %** van ons publiek komt uit de rest van Nederland, en **10 %** uit het buitenland.

Er is relatief weinig 'language no problem' aanbod in Amsterdam voor toeristen en expats op het vlak van theater – en zeker voor familiepubliek. Het AMT voorziet daarin.

6.3 Eigen accenten

Het AMT brengt een heel specifieke vorm van theater: het *klassieke Europese marionettentheater*. Daarmee is het AMT **uniek in Amsterdam** maar ook **in Nederland**:

- Deze **theatervorm**, waarbij klassieke muziek een centrale rol speelt, wordt alleen in enkele theaters in Midden- en Zuid-Europa beoefend.
- **ambacht**: houtsnijders, marionettenspelers, kostuummakers en decorschilders (ervaren vakmensen en jonge stagiairs) verbinden oude technieken met nieuwe toepassingen
- **cultureel erfgoed**: het AMT maakt deel uit van het *Netwerk Immaterieel Erfgoed*

Het AMT onderscheidt zich van andere kleine Amsterdamse **theaterpodia** en van **opera-aanbieders** door een uitgesproken profiel, met specifieke (marionetten)programmering, en door toegankelijkheid (genre / prijsstelling).

We bieden een plek waar bezoekers zich thuis voelen. Een plek die oorspronkelijkheid, warmte en intimiteit uitstraalt. En als het aan ons ligt: een plek die óók over 30 jaar nog een 'thuis' biedt aan Amsterdammers, maar zeker ook aan bezoekers van buiten deze stad.



*Het AMT hoort bij Amsterdam
als de Jordaan en Ajax en het
Concertgebouworkest*

(steunbetuiging)

7. Organisatie & Bedrijfsvoering

7.1 Governance Code Cultuur

Amsterdams Marionetten Theater onderschrijft de Governance Code Cultuur: een instrument voor goed bestuur en toezicht in de cultuursector. Al sinds de oprichting in 1985 heeft integriteit binnen ons beleid, bestuur en praktisch handelen altijd voorop gestaan. Onze 35-jarige geschiedenis zonder incident of wanklank, en de goede verstandhouding met belanghebbenden (medewerkers, publiek, donateurs en subsidiënten, maatschappelijke organisaties) getuigen daarvan. Om het belang hiervan ook in *formeel opzicht* expliciet en helder te maken zijn in 2019 de verouderde statuten geheel vernieuwd. De **nieuwe statuten** sluiten aan bij de nieuwste versie van de Governance Code Cultuur (jan. 2019). Ook de verplichtingen als **culturele ANBI** zijn verwerkt in onze nieuwe statuten. Ten behoeve van de transparantie zijn jaarverslag en beleidsplan openbaar via onze eigen site marionettentheater.nl/anbi en via Stichting Geef.

7.2 Bestuur & Directie

Bestuur en Directie

De Stichting Amsterdams Marionetten Theater wordt bestuurd volgens het *bestuur/directie model*. Een overgang naar het Raad van Toezichtmodel is overwogen, maar gezien de omvang van de stichting en het ontbreken van praktische noodzaak is daar niet toe overgegaan. De dagelijkse leiding is gedelegeerd aan de directie, waarbij een actief bestuur zorgt voor kritische feedback en nieuwe input.

Er wordt een rooster van aftreden gevolgd. Benoeming geldt voor een periode van 3 jaar. Herbenoeming kan tweemaal plaatsvinden.

Samenstelling Bestuur:

Wybren Haasdijk, voorzitter (treedt af in 2021)
Adrie Bakker, penningmeester (sinds 2019)
Ilya Veer, bestuurslid (sinds 2019)
Harda van Wageningen, bestuurslid (sinds 2019)

Directie:

Frederieke Cannegieter
artistieke en zakelijke leiding (0,6 fte).
Zij is al lange tijd aan het AMT verbonden als marionettenspeler, regisseur en tekstschrijver.

Oprichter Hendrik Bonneur blijft onbezoldigd aan het AMT verbonden als artistiek adviseur en ontwerper.

7.3 Medewerkers



Voorstellingsteam

Het AMT heeft sinds zijn ontstaan (1985) met weinig middelen veel tot stand gebracht: dit alles dankzij een enorm *personal commitment* van de medewerkers. Een zeer divers samengesteld team: van alle leeftijden (22 – 80 jaar), uit alle lagen van de samenleving, met heel diverse achtergronden. In het team van twee betaalde medewerkers en ca. 25 vrijwilligers & free lancers zijn diverse nationaliteiten vertegenwoordigd.

Diversiteit & Inclusie

Onze visie op Diversiteit & Inclusie (hoofdstuk 4) wordt binnen het team breed gedragen. Binnen ons team zijn meerdere medewerkers / vrijwilligers met een kwetsbaar profiel (mentale problematiek). Op het atelier is een vluchteling uit Iran aan de slag. (zie verder *hfdst.4*)

Vrijwilligers en Goed Werkgeverschap

Voorop staat voor ons een eerlijke, duurzame en transparante bedrijfsvoering. In zoverre onderschrijven wij van harte de *fair practice code*. Onze organisatie bestaat grotendeels uit vrijwilligers: zonder hen zou deze unieke en specifieke vorm van theater niet haalbaar zijn. Betaling volgens CAO is dus niet aan de orde. Maar al kan een salaris niet worden geboden: goed 'werkgever-

schap' is des te belangrijker. Voor ons team is van grote waarde:

- scholing en ruimte tot ontwikkeling
- onderling respect en waardering
- zorgvuldige begeleiding
- een goede sfeer in het team
- waardering van het publiek

Marionettenspelers en lichttechnici ontvangen een kleine vergoeding per voorstelling.

Musici en (opera)zangers worden als freelancer per project aangetrokken en volledig betaald

Atelierwerkzaamheden (marionetten, kostuums, decor) worden verricht door specialisten (1 betaalde medewerker, vrijwilligers, free lancers en stagiairs).

Overige werkzaamheden (publieksontvangst, assistentie kantoor, onderhoud gebouw etc.) worden verricht door stagiairs en vrijwilligers.

Talentontwikkeling

Het team van medewerkers is een goede mix van ervaren krachten en jaarlijks nieuwe aanwas, wat de organisatie fris houdt en ruimte biedt voor kennisoverdracht aan jongere generaties. Velen krijgen de kans hun uiteenlopende talenten te ontplooien, daarbij geholpen door vakmensen met een heel bijzondere, ambachtelijke know how. Zo bieden wij (als enige in Nederland) een intensieve **training voor marionettenspelers**. Zij worden in ons theater opgeleid, aangezien de expertise van het klassieke marionettenspel verder in Nederland ontbreekt. Op die manier wordt deze unieke kennis doorgegeven aan jonge generaties. Het **houtsnij-, kostuum- en rekvisieten-atelier** is een plek waar ambachtelijke kennis wordt



overgedragen aan stagiairs, vrijwilligers en free lancers. Zij krijgen hier de mogelijkheid hun talent verder te ontplooien.

7.4 Ondernemerschap en Financieringsmix

Het AMT is al cultureel ondernemer 'avant la lettre': eigen inkomsten worden sinds 30 jaar op velerlei wijze verworven. Er is altijd een goede financieringsmix geweest van eigen inkomsten / fondsen / subsidies.

Eigen inkomsten bestaan uit:

- kaartverkoop reguliere voorstellingen
- speciale 'operadiners' voor families en instellingen
- horeca
- zaalverhuur
- externe projecten (o.a. atelier-opdrachten en commercials)
- crowdfunding
- overige particuliere donaties: Vrienden en Speciale Vrienden, Actie *Adopteer een Marionet*, legaten en overige eenmalige donaties
- particuliere fondsen

Subsidie

Het AMT ontvangt helaas geen structurele exploitatiesubsidie.

In 2017 werd de kleine subsidie in het kader van het Amsterdams Kunstenplan na 20 jaar onverwacht beëindigd. Een noodscenario bracht uitkomst om de periode daarna te overbruggen. Daarbij wordt vooral een beroep gedaan op onze donateurs, en particuliere fondsen. De artistiek / zakelijk leider verricht een groot deel van de uren onbezoldigd.

Het AMT ontvangt jaarlijks subsidie voor 1 gesubsidiëerde baan (Sargentini regeling, Gemeente Amsterdam).

Eigen Inkomsten Quote

De Eigen Inkomsten Quote (EIQ) bedraagt ca. **70%**, ruim boven de norm voor theater.

Uiteraard blijven wij inventief bij het zoeken naar nieuwe kansen.

Reserves en Liquiditeit

De financiële situatie is gezond, ondanks verlies van structurele subsidie per 2017.

situatie 31 dec. 2018:

algemene reserves	€ 22.972
liquiditeit current ratio	5,1 %

7.5 Huisvesting

Het AMT is sinds 1987 gevestigd in een voormalige smederij vlakbij de Nieuwmarkt (Nwe Jonkerstraat). Het is door het AMT op eigen kracht en met steun van private fondsen getransformeerd van een kale loods tot een sfeervol en goed geoutilleerd marionettentheater voor maximaal 70 bezoekers. Het pand is voor iedereen goed fysiek toegankelijk. In de loop der jaren heeft ons team het gebouw qua specifieke voorzieningen optimaal toegerust voor het marionettentheater: een vaste 'poppenspelers-brug', houtsnij- en kostuumatelier en klein kantoor. De publieksruimte is flexibel, zodat de zaal goed kan worden verhuurd (debatten, vergaderingen, diners e.d.). Het compacte gebouw wordt optimaal benut en is 6 dagen per week in gebruik, zowel overdag als 's avonds.

Huurprijs

Het gebouw is eigendom van de Gemeente Amsterdam. Het is een eenvoudige loods zonder ramen, en vergt daardoor extreem weinig eigenaren-onderhoud. Het AMT betaalt echter dezelfde prijs per m² als huurders van een monumentaal pand op een toplocatie dat veel onderhoud vergt. Helaas heeft de Gemeente de plannen voor een nieuw huurbeleid, gebaseerd op een '*kostprijsdekkende huur*', op de lange baan geschoven. Daardoor blijft de huur van dit pand vooralsnog onevenredig hoog.

Onderhoud

Het 'huurdersonderhoud' is goed op peil. Dankzij private fondsen kon de laatste jaren worden geïnvesteerd in *duurzaamheid* (o.a. zaallichttransformatie LED).

Voor de installaties en de brandvoorzieningen wordt jaarlijks onderhoud verricht volgens de onderhoudscontracten. Het Meerjaren Onderhoudsplan (MOP) is nog voldoende actueel.

7.6 Risicoparagraaf

In de bedrijfsvoering liggen de belangrijkste risico's op het vlak van:

Vastgoed

Het AMT betaalt aan de Gemeente Amsterdam de gangbare normhuur voor culturele gebouwen. Een substantiële huurverhoging betekent een risico voor de bedrijfsvoering, maar ligt voor ons pand niet in de verwachting.

Overige risico's

Overige risico's gebruikelijk voor culturele instellingen, zoals (tijdelijk) lagere bezoekersaantallen of tegenvallende horeca / zaalverhuur kunnen worden opgevangen uit de reserves. De organisatie heeft een gezonde bedrijfsvoering (zie *reserves*, p. 15). Gezien de kleinschaligheid van de eigen projecten en de lage vaste lasten zijn de risico's binnen de reguliere jaarlijkse exploitatie beperkt. De organisatie is efficiënt, oplossingsgericht en wendbaar; het AMT weet al 30 jaar diverse crises te doorstaan en is al 30 jaar schuldenvrij.



8. Vooruitblik 2020-2025

In het voorgaande is bij de verschillende thema's al vooruitgeblikt naar de komende jaren. Een aantal onderwerpen wordt op deze plek nog uitgelicht.

8.1 Publieksbereik en Diversiteit

Uiteraard streven we voor de komende jaren naar en toename van het publieksbereik. Een enorme schaalvergroting is echter niet onze ambitie: het marionettentheater is naar zijn aard een kleinschalige, intieme theatervorm. We zetten vooral in op een verdere *verbreding* van het publiek.

Verwacht aantal bezoekers per jaar: **2.500 - 3.000**

Dit aantal kan jaarlijks flink fluctueren, afhankelijk van deelname aan grote gratis evenementen die belangrijk zijn om nieuw publiek te werven (zoals Open Monumenten Dag).

We richten ons vooral op 'free publicity'.

Een ruimer budget zou meer ruimte bieden voor *exposure* en meer ruimte voor *samenwerking / acties* gericht op specifieke doelgroepen. Onder meer via:

- meer budget voor **online campagnes** (o.a. Facebook Ads en Google Ads)
- inzet **externe PR medewerker** (incidenteel, op projectbasis)
- **speciale acties** specifiek gericht op diversiteit

Ten aanzien van dit laatste punt: wij bieden onze zaal nu gratis ter beschikking aan organisaties die zich richten op diversiteit (zoals het *Granate Festival*), en bieden bijvoorbeeld een contingent vrijkaarten aan *Team Entree* (statushouders). Maar de mogelijkheden zonder enige vorm van subsidie zijn begrensd: dergelijke initiatieven gaan immers ten koste van commerciële zaalverhuur of publieksinkomsten. Bij gebrek aan structurele subsidie kunnen projectsubsidies uitkomst bieden.

Zoals opgemerkt in 4.3: we zien er naar uit om de komende jaren de samenwerking met dergelijke organisaties verder uit te kunnen bouwen. En natuurlijk blijven we ook graag samenwerken met organisaties als *We Are Public*, *Amsterdam Oude Stad*, *Stadspas* en *Amsterdam & Partners*.

Uiteraard blijven *publieksonderzoek* en *direct contact met bezoekers bij de voorstellingen* van groot belang om een goed beeld te houden van ons publiek (5.1)

De band met de *vaste bezoekers* – die telkens weer nieuwe gasten meenemen naar ons theater – wordt versterkt met Nieuwsbrief, onze kring van Vrienden en Speciale Vrienden, de actie '*Adopteer een marionet*', Facebook e.a. social media. (zie *hfdst. 5*)

8.2 Nieuw repertoire: 'De Vliegende Hollander'



schets decor nieuwe productie

Thematiek

Onze criteria bij de keuze voor nieuw repertoire:

- een beeldend verhaal dat jong en oud aanspreekt
- dat qua inhoud en sfeer 'matcht' met marionetten
- waarin muziek een grote rol speelt
- een verhaal dat van alle tijden is

De Vliegende Hollander voldoet hier ruimschoots aan.

Een oude legende over de kracht van de zee, een geheimzinnig spookschip en de belofte van eeuwige liefde: als inspiratiebron gebruikt door uiteenlopende dichters en schrijvers als Thomas Moore (1821), Sir Walter Scott (1822) en Heinrich Heine (1831). Maar ook: een spannend avontuur dat kinderen kennen uit *De Efteling*, *Pirates of the Caribbean* en *Sponge Bob* (game en tekenfilm *Escape the Flying Dutchman*).

Een verhaal met een actueel thema en zeggingskracht voor een hedendaags publiek. Een ontheemde kapitein, dolend over de wereldzeeën. Een vreemdeling, op zoek naar een nieuw 'thuis', die verstrikt raakt in een web van hem vreemde belangen en daardoor niet zijn geluk/rust vindt.

En ook: een verhaal dat qua thematiek aansluit bij ons eerdere werk *Doctor Faust*: een personage dat net als de Hollander zijn ziel aan de duivel verkoopt en 'eeuwig zoekend' is.

Wagner & Marionetten

Bij deze productie staat de muziek van Richard Wagner centraal.

Richard Wagner en poppenspel?! Die associatie is minder ver gezocht dan op het eerste gezicht lijkt.

Wagner was zijn hele leven op zoek naar een universele vorm van theater, waarin alle disciplines samenkomen: muziek en dichtkunst, beweging en schilderkunst. Die zoektocht begon al jong: op 9-jarige leeftijd had hij zijn eigen poppentheater, waarin hij zelf muziek, tekst en decor tot een eenheid kon brengen (*'Mein Leben, Band 1, 1911*). Een vroege vorm van zijn latere *Gesamtkunstwerke*. Deze fascinatie voor poppentheater deelde hij met Goethe en met Joseph Haydn, de 'grondlegger' van het Europese klassieke marionettentheater (zie 4.1).

Veel mensen denken bij Wagner aan pompeus, overweldigend, te lang en te Duits. Velen haken daardoor bij voorbaat af, waardoor ze de veel toegankelijker muziek van de vroegere opera's missen. *Lohengrin*, *Fliegende Holländer* (1843), *Tannhäuser*: opera's met een haast Italiaanse rijkdom aan melodieën. Het AMT ziet dan ook een uitgelezen kans deze muziek onder de aandacht te brengen van een onervaren publiek door een marionettenversie / vrije bewerking van *De Vliegende Hollander* te maken. Aansluitend bij onze missie: het toegankelijk maken van muziektheater / opera voor een divers samengesteld publiek, van jong tot oud.

Bewerking

Het AMT kiest voor een bijzondere versie: geen gezongen opera, maar muziektheater waarbij de aansprekende en melodieuze *instrumentale muziek* van Wagner het verhaal voortstuwt. In de intieme setting van het marionettentheater heeft deze muziek door de dramatische zeggingskracht geen (gezongen) tekst nodig. De visualisering van het drama / verhaal is essentieel. De muziek brengt emotionele lading en dynamiek: de hartslag van het verhaal. Hierdoor is er ook geen taalbarrière voor bezoekers die de Nederlandse taal niet machtig zijn.

Bezoekers die het werk van Wagner wél kennen, bieden wij een eigen en unieke instrumentale versie, verbeeld door onze bijzondere acteurs, de marionetten.

Onze muzikaal leider Vaughan Schlepp heeft bij onze vorige producties, maar ook met projecten voor *Opera Nijetrijne* en *Opera op Straat / Bredeweg-festival* bewezen overtuigende en aansprekende opera-bewerkingen te maken. Dit keer: een instrumentatie voor originele Erard-vleugel, harmonium, cello en slagwerk.

Het idee is om te gaan 'spelen' met het oorspronkelijke materiaal: waaronder ook het oer-libretto van Wagner *'Le Vaseau Fantôme'* (al vóór de *Fliegende Holländer* op muziek gezet door Pierre-Louis Dietsch),

en verhalen van andere auteurs / dichters. Daarmee breken we uit het keurslijf van een bestaande opera. Het publiek krijgt een actieve rol toebedeeld: kinderen uit de zaal bedienen de klassieke windmachine en donderplaat om de zee tot nog grotere hoogte op te stuwen.

Zo hopen we nieuw publiek voor Wagner te interesseren – maar dat is nog *Zukunftsmusik* * ...

* 'Zukunftsmusik'; essay door R. Wagner, 1860

8.3 Overige Activiteiten

Totaal: ca. 50 publieksactiviteiten per jaar

Eigen programmering

De verwachting is dat het **aantal marionettenprogramma's** (voorstellingen, educatieve programma's en Backstage) de komende periode ongeveer gelijk zal zijn als in de afgelopen jaren: **ca. 45 per jaar**. Een hoger aantal is qua capaciteit van zowel gebouw als team niet realistisch.

Gastprogramma's en bijzondere projecten

Naast onze eigen marionetten-programma's bieden wij incidenteel **gastprogramma's** (in 2019: 5 x). Met als doel nieuw publiek te bereiken en/of gericht op specifieke doelgroepen. Het is niet onze intentie om een algemeen podium te worden zoals er al vele zijn, en wij beschikken ook niet over een apart programmeringsbudget. Maar bijzondere projecten die aansluiten bij onze missie (het toegankelijk maken van muziektheater / opera voor een divers samengesteld publiek) of die bijdragen aan nieuw (divers) publiek bieden wij graag ruimte. Dit soort projecten worden kort tevoren ingevuld; op dit moment is nog niet bekend welke specifieke pro-



gramma's worden aangeboden. Er is ruimte voor nieuwe initiatieven en nieuwe partners – zeker ook op het vlak van diversiteit. Daarnaast krijgen in elk geval een plek: *Granate Festival* (poëzie-platform bi-culturele kunstenaars), *Underground Cinema* ('verwaarloosde' films geselecteerd door curator Jeffrey Babcock) en *Club Classique* (klassieke muziek buiten de concertzaal).

8.4 Bedrijfsvoering

In eerdere hoofdstukken werd al besproken: dankzij een scenario ter overbrugging van een periode zonder exploitatiesubsidie, bijdragen van particuliere donateurs en diverse fondsen, en goede financiële resultaten op het vlak van zaalverhuur en 'operadiners', zijn de algemene reserves op peil. Dat geldt ook voor de liquiditeit en solvabiliteit. Er is een goede financieringsmix (7.4). Dit alles biedt een goede basis voor de bedrijfsvoering in de komende jaren.

Met aanvullende fondsen en projectsubsidies streven we naar meer ruimte voor de omschreven plannen op het vlak van nieuw publiek, nieuwe vormen van samenwerking en nieuw repertoire. Er is voldoende know how om de plannen te realiseren. Binnen ons team is ruime en jarenlange ervaring en vakmanschap aanwezig op zowel artistiek als productioneel vlak, getuige de realisatie van onze vorige producties en de waardering van publiek, vakgenoten en pers. Maar er is ook telkens nieuwe input van jonge stagiairs en vrijwilligers, wat de organisatie fris houdt (7.3)

Zo verwachten we onze vleugels de komende jaren uit te kunnen slaan, om ons publiek verder te verbreden.

9 Tot Slot

Het AMT heeft in de afgelopen 30 jaar aangetoond geen eendagsvlieg te zijn, en zet zich met een enorme *commitment* van het gehele team in om bij te dragen aan de rijke variëteit van het Amsterdamse culturele veld.

Het klassieke marionettentheater: een 'niche', een theatervorm die zich qua **genre, schaal** en **werkwijze** lastig laat vergelijken met andere gezelschappen of podia. Een genre waarin *vele disciplines* samenkomen; de activiteiten laten zich daardoor niet in 1 categorie vangen.

Met steun van fondsen en donateurs hopen we de komende jaren:

- een laagdrempelige, vaste plek te bieden waar zowel kinderen als volwassenen – en zeker ook minder kansrijke groepen – kennis kunnen maken met klassieke muziek en opera
- dit unieke culturele erfgoed verder te kunnen verkennen en ontwikkelen
- ambachtelijke know-how te delen met nieuwe generaties
- een bijdrage te leveren aan de pluriformiteit van het Amsterdamse culturele veld.



Amsterdam, 2019

Stichting Amsterdams Marionetten Theater

Nieuwe Jonkerstraat 8
1011 CM Amsterdam
020-6208027

info@marionettentheater.nl
marionettentheater.nl

