



# Een Toekomst voor Teksten van Toen

**BELEIDSPLAN 2014-2017**

## Inhoud

Inhoud.....	<u>2</u>
Voorwoord.....	<u>3</u>
1. Geschiedenis van de stichting.....	<u>4</u>
2. Organisatie.....	<u>5</u>
3. Inhoud.....	<u>6</u>
4. Publiciteit.....	<u>7</u>
5. Financiën.....	<u>8</u>
6. Tot slot.....	<u>9</u>



### Voorwoord

Na in 10 jaar op grond van 5 oude teksten 5 aansprekende theatervoorstellingen gemaakt te hebben wordt het voor stichting Kalmoes en Kaneel tijd om een pas op de plaats te maken en te kijken waar de stichting nu staat en waar ze naar toe wil.

De tijden en omstandigheden zijn veranderd. Zowel financieel als organisatorisch ziet de wereld er voor de stichting anders uit: de economische crisis die, zo verwachten we, nog wel een decennium zal duren waarna we nooit meer in eenzelfde rijkdom en beschikbaarheid aan gelden terecht zullen komen aan de ene kant; de geweldige hoeveelheid informatie, ervaring en mankracht waarover we kunnen beschikken aan de andere kant.

Het is nooit echt de bedoeling geweest, maar stichting Kalmoes en Kaneel heeft onwillekeurig een groot aantal mensen aan zich weten te binden met de bijzondere en eigenwijze manier waarop ze met de jeugd in de Achterhoek theater wil maken.

We zijn begonnen zoals zoveel theaterinitiatieven: een inhoudelijke keuze gekoppeld aan de aanwezigheid van een bestaande groep spelers. Daaruit kwamen verbindingen voort met volwassenen (docenten en ouders) die de organisatie droegen. Nu zo'n vaste groep spelers niet meer voorhanden is, verandert de manier van werken en de wijze waarop de stichting Kalmoes en Kaneel zichzelf aan de buitenwereld bekend maakt op een ingrijpende manier.

Het kan niet anders dan dat de stichting zich meer op inhoud en organisatie gaat richten. Waar het werk in het verleden ook een component had, die zich richtte op de ontwikkeling van de aan de stichting verbonden spelers, zal het accent in de toekomst meer verschuiven op de kwaliteit van de plannen en de manier waarop we daarmee deelnemers en publiek kunnen trekken.

Om dat te realiseren, moeten we ons ook gaan richten op een statusverhoging van de uitstraling van ons werk. Stelde de stichting zich tot nog toe wat bescheiden op; juist nu de wereld zo snel en onomkeerbaar verandert, zullen we aan potentiële deelnemers, publiek en sponsoren nog duidelijker het belang van het werken aan kunst en kunstbeleving moeten duidelijk maken.

Alleen op die manier zullen we in staat zijn in de toekomst een betekenisvolle plaats in te richten voor kunst en cultuur en oude teksten.

Dit beleidsplan zal daartoe een leidraad zijn

Silvolde, 30 juli 2014



## 1. Geschiedenis van de stichting

Op de eerste feestelijke bijeenkomst van het Ida Gerhardtgenootschap op 11 mei 2003, de 98<sup>e</sup> geboortedag van de dichteres Ida Gerhardt, in de Burgerzaal van het stadhuis te Zutphen, liet regisseur Theo Soontjens zien wat een jeugdtheatergroep kon realiseren met oude teksten: ter gelegenheid van die bijeenkomst werd door de jongerentheatergroep 'Het geheim van Doetinchem' een theatrale reactie 'Antwoord vanaf de overkant van het meer' gegeven op het langere gedicht van de dichteres 'Twee uur, de klokken antwoordden elkaar'. Het werd een memorabele middag.

Na dit succes besloten de organisatoren in 2005 een stichting op te richten, waarvan de doelstelling kan worden samengevat in de zin: "*oude teksten die in vergetelheid dreigen te raken opnieuw in de belangstelling brengen van een jong publiek*".

In ditzelfde jaar werd op tweede Paasdag het Bijbelse **Hooglied** door jonge mensen becommentarieerd en voor het voetlicht gebracht op de deel van de boerderij Te Roele in Aalten. De naam van de stichting komt voort uit deze teksten:

*Een besloten hof ben je,  
zus van me, meisje van me,  
een omheinde wei, een verzegelde bron.  
De stromen uit jouw bron  
doen een paradijs ontstaan van granaatappelbomen  
met schitterende planten:  
hennabloemen met nardus,  
nardus en saffraan,  
**kalmoes en kaneel,**  
wierookstruiken van allerlei soort,  
mirre en aloë,  
met de geurigste kruiden.  
Bron van tuinen ben je,  
stroom van levend water,  
bergbeek uit de Libanon.*

Na het succes van deze voorstellingen zijn theatermaker en organisatoren zeer enthousiast over de rijkdom van oude teksten en besluiten tot een nieuw project: **De Blauwe Vogel**. Dit stuk geschreven door de Franstalige Belgische dichter Maurice Maeterlinck werd in het seizoen 2007/2008 gespeeld in Lochem, Doetinchem, Aalten en Zutphen.

In 2010/2011 volgde project nummer 3. Voor dit project werd gekozen voor een tekst die bijna iedereen denkt te kennen, maar waar we in onze cultuur wel een heel eind van de broncode zijn weggedreven: **De Jungleboeken** van **Rudyard Kipling**.

En tenslotte bouwt de stichting in 2012/2013 met haar vierde project **Koning Gilgamesj** voort op deze successen van de jaren daarvoor. Een succesvolle reeks van 5 voorstellingen in de hele Achterhoek sluit de eerste fase van het werk van Kalmoes en Kaneel.



## 2. Organisatie

### **Bestuur en begroting**

De organisatie van de stichting Kalmoes en Kaneel is tot nu toe project-gestuurd. Dat betekent dat de stichting in ruste is op het moment dat een project niet wordt opgestart, uitgevoerd of afgerond. Pas wanneer plannen voor een volgend project vorm beginnen te krijgen wordt de stichting weer actief.

Het initiatief voor dergelijke plannen komt van een kleine kern van bestuurders/uitvoerders die gekoppeld is aan een groep van gelijkgestemde kunstcoaches. Deze kleine groep zorgt voor de continuïteit van het werk van de stichting, waarbij ze zich tot nog toe niet gehouden voelt aan een vast ritme waarin de projecten tot stand komen.

In de huidige situatie kent de stichting dan ook geen financiële afronding van jaren, maar van projecten. Jaren waarin geen projecten lopen, kennen dan ook geen geldstromen, anders dan die welke voortkomen uit het in stand houden van de stichting en de website.

In jaren waar projecten worden uitgevoerd zijn er juist veel geldstroom. Begrotingen worden niet per jaar gemaakt maar per project. Tekorten en overschotten van projecten worden respectievelijk betaald uit of vloeien in de reserves van de stichting die zoals uit de afgelopen tien jaar blijkt, telkens uiterst bescheiden van omvang zijn. Deze vorm van werken, die de facto al jaren goed functioneert, zal in de komende periode veranderen wanneer de stichting meer faciliterend zal worden voor nieuwe en meer frequente kunstinitiatieven. Een en ander zal vanaf 1 januari 2015 gerealiseerd zijn. Vanaf dat moment zal Kalmoes en Kaneel een jaarbegroting en -afrekening kennen zoals andere kunststichtingen.

### **Deelnemers**

Dat deel van de organisatie dat de komende periode ook grote veranderingen zal kennen is de manier waarop deelnemers worden gevonden. Kon de stichting tot nu toe putten uit jongeren waarmee in lesverband al ervaring was op gedaan, met het wegvallen van "eigen" lesgroepen moet de stichting Kalmoes en Kaneel op zoek naar andere manieren van werving.

Uitgangspunt blijft dat spelers van verschillende leeftijden uit alle delen van de Achterhoek worden uitgenodigd deel te nemen aan onze projecten. Talent is daarbij evenwaardig aan betrokkenheid, werkhouding en ambitie.

In de komende producties zullen we de werving van spelers vroegtijdig uitvoeren via de kanalen die ons daartoe ten dienste staan:

- Sociale media
- Onze webste
- Toneel-, zang- en dansscholen
- Lokale media
- Dag- en Weekbladen

Kenmerkend voor deze manier van werven is dat hij vraaggestuurd is. De stichting, die tot nog toe steeds om de 2 jaar "in beeld" kwam, wil in de komende periode meer en breder in beeld komen bij het potentiële deelnemersveld. Daarbij zullen Sociale Media frequent worden ingezet.

### **Beroepskrachten**

Natuurlijk kan de stichting bogen op een groep theatercoaches van formaat. Daar prijst zij zich gelukkig mee. Maar het leven gaat verder en afhankelijk zijn van te weinig mensen is

voor de stichting niet goed. Daarom is de stichting van zins een opleidingstraject te starten voor nieuwe regisseurs die getraind willen raken in deze opvatting van het vak. Daartoe gaan we op zoek naar theatercoaches die willen werken in de Achterhoek en daarmee ook een actieve bijdrage willen leveren aan het culturele klimaat. Het gaat hierbij dus om meer dan een regisseur of dans- of zangrepetitor aantrekken. Zij moeten het belang zien van het werken met een jong publiek in een gebied dat te maken heeft met steeds verdergaande krimp, juist ook in de culturele sector. Op de manier proberen we ook voor de langere termijn meer consistentie in professionele ondersteuning te houden.

Hetzelfde geldt voor de begeleiding door professionals op het gebied van Decor, Techniek, Kleding en Grime. De samenwerking met beroepsopleidingen bevalt ons goed. Daar gaan we mee door en kijken wat opleidingen en stichting nog meer aan elkaar kunnen hebben.

### **Productieleiding**

In de afgelopen vier projecten zijn de taken van regie en productieleiding vaak door een persoon behartigd. Dat is niet goed bevallen en kwetsbaar voor de organisatie gebleken. In de samenstelling van het productieteam voor de volgende productie zal als eerste plaats in moeten worden geruimd voor een productie leider. Zonder een naam achter die functie kan er niet begonnen worden.



### 3. Inhoud

We blijven uiteraard trouw aan onze doelstelling. We maken voorstellingen vanuit oude teksten die we gaan onderzoeken met een jonge doelgroep om daarmee een voorstelling te maken die we gaan spelen voor een jong publiek.

Onder "oude teksten" verstaan we teksten

- die rechtenvrij kunnen worden opgevoerd,
- die in vergetelheid zijn geraakt of dreigen te raken
- die een filosofische inslag hebben
- die een relevantie hebben voor de doelgroep

Daarnaast voelen we een betrokkenheid met de regio waarin we werken en waarin het aanbod om kunst te maken en te beleven op veel plekken danig inboet. We voelen dat wij daarin een functie kunnen hebben en zullen manieren ontwikkelen om daar oplossingen voor te vinden.



#### 4. Publiciteit

Zoals gezegd onder punt 2. Organisatie, zullen we ons in de komende jaren gaan versterken op het gebied van de publiciteit. Die versterking valt uit de splitsen in drie kerndoelen:

1. Moderne (Sociale) Media nog beter inzetten
2. Koppeling van de werving van de spelers aan de bekendmaking van de voorstelling
3. Afzien van dure PR acties als Posters, Advertenties en Flyeren en de gelden die we daarmee besparen inzetten voor lagere toegangsprijzen

De eerste twee punten zijn genoegzaam toegelicht onder punt 2. Organisatie. Punt 3 behoeft wellicht nadere uitwerking.

##### **Afzien van dure PR acties als Advertenties en Flyers verzenden**

Het lijkt in tegenspraak met het voornemen om het project zo bekend mogelijk te maken. Maar onze ervaringen met dure PR acties zijn zodanig dat we denken dat een aantrekkelijke toegangsprijs evenzeer uitnodigend is dan een zwaar PR offensief. Natuurlijk moeten we de voorstelling bekend maken aan de doelgroep, maar dat kan heel goed met een meer nauwkeurige plaatsing van de traditionele publiciteitsmiddelen als posters en free publicity. De hoge toegangsprijzen echter, mede veroorzaakt door de extra toeslagen die schouwburgen op de toegangsprijs leggen, zijn een sta-in-de-weg voor veel mensen met kinderen om een gezellig middagje naar de schouwburg te gaan. Vandaar de keuze voor minder PR voor lagere toegangsprijzen.



## 5. Financiën

Als er iets is waar in de komende jaren de focus op moet komen te liggen is het vinden van een evenwicht tussen inkomsten en uitgaven. Die is er nu niet. Het bestuur heeft daarom de volgende aandachtspunten geformuleerd:

1. Alles moet eerder starten.
2. De geldwerving moet moderner
3. We moeten toegroeien naar een vaste groep met mecenasen

### **1. Alles moet eerder starten**

In het verleden startten de projecten altijd vanuit het artistieke team van coaches. Zij gingen aan de slag en de hele organisatie hobbelde er achteraan. Dat is steeds goed gegaan op een punt na: de financiën. Vanaf de komende projecten gaan we ook anders werken.

Voordat daadwerkelijk begonnen wordt aan het project, is de tijdsplanning klaar, de begroting af en de bemensing vastgelegd.

Dan worden er eerst fondsen geworven, sponsors geïnteresseerd, subsidies aangevraagd en een stevige crowdfundingactie gestart. Pas als er zicht is op een financiële dekking gaat het project ook daadwerkelijk van start.

### **2. De geldwerving moet moderner**

Het vorige project van de stichting Kalmoes en Kaneel, Koning Gilgamesj, heeft ons geleerd hoeveel we kunnen bereiken wanneer we actiever en moderner mensen en bedrijven benaderen om onze projecten te ondersteunen.

Het bestuur zal zich versterken met kennis over die vorm van geldwerving of met mensen die die kennis in huis hebben.

### **3. Een vaste groep met mecenasen**

Naast alle manieren die we hierboven genoemd hebben, zal het bestuur alles in het werk stellen om een verbinding aan te gaan met vermogende mensen die een warm hart hebben voor Kunst, de Achterhoek en getalenteerde jeugd.

Deze groep van mecenasen moet rond de 10 personen groot zijn en een deel van de begroting voor haar rekening nemen en daarnaast een garantiefonds vormen voor tegenvallers. Met deze mecenasen communiceren we ook over de inhoud van ons werk en de richting van de stichting.

Deze groep moet voor de start van het eerstvolgende project gerealiseerd zijn.





### 6. Tot slot

We staan op een wissel in de tijd. Overtuigd over de ervaring en kwaliteiten van de stichting Kalmoes en Kaneel durven we het aan om ook in tijden van financiële tegenwind te gaan voor het maken van filosofisch getinten stukken uit onze (theater)literatuur. Ongewone teksten, door jonge mensen bewerkt en op een aantrekkelijke manier gespeeld voor andere jonge mensen. In de afgelopen 10 jaar hebben we bewezen dat het kan en dat er een publiek voor is.

Met groot enthousiasme kiest het bestuur van de stichting Kalmoes en Kaneel ervoor door te gaan op de ingeslagen weg en een stimulans te zijn voor de kunsten in de Euregio.

Met dit beleidsplan is de richting waarin we bewegen gekozen.

