

Diepe zucht of flinke bries

Rapport Analyse
Eenakterfestivals Noord-Holland

Op basis van gesprekken met

Anja Zander
Claudia Kingma
Gerard Meij
Greet Wijnmalen
Hans Smeele
Irene Eekhout
Jacqueline Kooter
Jan Krijgsman
Jeanne Koopman
Jerry Veenendaal
Joop Mol
Leo van Herk
Luuk Eisema
Maarten Leegwater
Roel Box

Januari 2010
Gerard Kooistra
Stichting DE KUNST

Concept

Inhoudsopgave

0. Voorwoord	3
1. Geschiedenis en ontwikkeling.....	4
1.1 Algemeen	4
1.2. Ontwikkeling	5
1.3. Samenvatting problematiek.....	6
2. Korte karakteristiek van de afzonderlijke festivals	7
2.1. Zaanstreek (januari).....	7
2.2. Waterland (begin februari)	7
2.3. Naarden (eind februari)	7
2.4. Alkmaar (april).....	8
2.5. Noordkop (mei)	8
2.6. IJmuiden/ Kennemerland (juni)	9
Conclusie	9
3.0. Identiteit en Profilering	10
3.1. Het product	10
3.2. Het publiek	11
3.3. Publiciteit en profilering.....	12
Conclusie	13
4. Inspirerende Voorbeelden	14
4.1. Provinciaal festival in Heerenveen.....	14
4.2. Kleinschalig lokaal festival	14
4.3 Een combinatie van internationaal en lokaal.....	15
5. Uitslag Enquête	16
6. Kansen en bedreigingen	18
7. Conclusies en aanbevelingen	19
Verantwoording.....	21

0. Voorwoord

Op 18 september 2009 organiseerde Stichting DE KUNST een theaternetwerk-bijeenkomst over *Eenakterfestivals* met belangrijke vertegenwoordigers uit het Noord Hollands theaterveld: bestuursleden, organisatoren, kleine theaters en experts. De eenakterfestivals worden sinds halverwege de jaren zeventig jaarlijks op diverse plaatsen georganiseerd in de provincie. Deelnemers aan de bijeenkomst constateerden een afname in bezoekersaantallen en in het aantal actieve deelnemers, waardoor de financiële bijdragen verminderen.

Belangrijker was het gevoel dat er een sleetsheid op de energie van de organiserende partijen was neergedaald. Zo werd gesproken over de “echo van het verleden en de zucht naar de toekomst”. Vroeger leek er meer binding te zijn tussen de deelnemers, maar als dan ook het publiek voor een deel wegblijft, “voor wie doe je het dan”? Desondanks werd de wens geuit om niet in het verleden te blijven hangen, maar om open naar de toekomst te kijken. Voor een scherpe blik naar voren is introspectie vereist, om de eigen identiteit te definiëren en waar gewenst bij te stellen:

- wie zijn we eigenlijk?
- wat vinden we echt de moeite waard?
- waarin onderscheiden we ons van elkaar en van ander aanbod?

Als het eigen profiel duidelijk is kunnen (nieuwe) middelen gekozen worden om krachtig en herkenbaar naar buiten te treden, zodat de festivals ook aantrekkelijk worden voor nieuw publiek.

Aan DE KUNST werd gevraagd om een analyse te maken van de huidige eenakterfestivals. Bedoeld als een vooronderzoek op basis waarvan concrete acties en scholing zouden kunnen volgen. De resultaten van deze analyse worden beschreven in dit document. Ik heb me op drie vragen geconcentreerd

- Wat verkopen de eenakterfestivals nu?
- Aan wie verkopen ze het?
- Hoe verkopen ze het?

In de gesprekken die ik hield met de organisatoren uit de regio's: Alkmaar en omstreken, de Noordkop, Het Gooi, Zaanstreek, Waterland en IJmuiden¹, stonden deze drie vragen centraal, en ze vormen de kern van dit rapport.

Voorts worden in het kort drie festivals buiten Noord-Holland als mogelijke inspiratiebronnen voor het inslaan van nieuwe wegen.

Een vragenformulier dat naar de Noord-Hollandse groepen is verstuurd, is ook onderdeel van dit vooronderzoek. De resultaten van deze enquête worden kort beschreven en in verband gebracht met de kansen en bedreigingen voor de festivals.

Ik sluit af met conclusies en aanbevelingen. Het gevaar bestaat dat de conclusies die ik trek, gelezen worden als kritiek op de huidige festivalorganisaties. Dat is niet mijn bedoeling. De inzet en deskundigheid van de mensen die dit werk vrijwillig en vanuit betrokkenheid doen staat boven elke twijfel. Ik ben hen veel dank verschuldigd. Zij hebben op een open manier gepraat over successen en knelpunten van de huidige festivals. Zonder hun hulp was deze analyse niet tot stand gekomen. De aanbevelingen die ik doe moeten gelezen worden als mogelijke windrichtingen waarin beweging kan worden om de festivals nieuw elan te geven.

Gerard Kooistra

¹ Met de organisaties in Den Helder, Hoofddorp en Haarlem zijn nog geen gesprekken geweest. Voor een volledig beeld zou het goed zijn om hun bevindingen in een vervolg op te nemen

1. Geschiedenis en ontwikkeling

1.1 Algemeen

Een eenakter is een toneelstuk in één bedrijf. Door zijn beperkte duur is hij vaak kernachtig gecomponeerd met een duidelijke spanningsboog. Toch is de term eenakter op veel hedendaagse teksten niet meer van toepassing. In moderne toneelteksten is het afgeronde verhaal dat zich over één of meerdere bedrijven afspeelt losgelaten, waardoor de term “eenakter” zich steeds moeilijker als onderscheidend genre laat betitelen. De stukken die op de festivals te zien zijn hebben als gemeenschappelijk element dat ze van korte duur zijn, zodat meerdere stukken op een dagdeel gespeeld kunnen worden. Je zou daarom ook beter kunnen spreken van het festival voor het korte stuk. Omdat de naam “eenakterfestival” in Noord-Holland stevig is geworteld, zal ik in deze notitie echter de oude benaming hanteren.²

De eenakterfestivals zijn langzamerhand een traditie in Noord-Holland. Sinds het ontstaan, halverwege de jaren zeventig van de vorige eeuw (het oudste festival in Schagen wordt in 2010 voor de 37^{ste} keer georganiseerd), hebben de festivals jaarlijks in de periode van januari tot en met juni een podium geboden aan een keur van amateurgroepen uit Noord-Holland, zelfs aan groepen buiten de provincie. Het initiatief van de festivals kwam voort uit een indertijd door NATU opgezette toneelcompetitie, waar groepen hun wintervoorstellingen lieten beoordelen door een jury. De Schager Courant verbond in Schagen zijn naam aan een wisseltrofee. Begin jaren '70 werd deze competitie omgebogen naar een wedstrijd voor korte stukken. En daarmee was het eerste Schager eenakterfestival een feit.

Gemiddeld worden er jaarlijks zo'n 5 a 6 festivals georganiseerd in de plaatsen Schagen, Alkmaar, IJmuiden, Zaandam (om de twee jaar) en Naarden (eens in de vier jaar). Daarnaast zijn er eenakterfestivals in Hoofddorp en Den Helder, die beide een sterke regionale inslag hebben. Ook het theater Het Pakhuis organiseert van tijd tot tijd een festival, dat echter niet gekenmerkt wordt door het fenomeen “eenakter”. In Haarlem is er sinds 2006 om de twee jaar een eenakterfestival dat wordt georganiseerd door Project Fors, het laatste jaar in samenwerking met de Toneelschuur en dat vooral inzet op kwaliteit³.

De festivals werken met een budget dat varieert van €1.100 (Schagen) tot €6.500 (Naarden). De festivals hanteren een open inschrijving: er is geen selectie vooraf. Wel wordt vaak het principe gehanteerd dat groepen uit de regio bij inschrijving voorrang krijgen. En verder geldt: vol is vol. Deelname aan de meeste festivals is gratis, alleen in IJmuiden wordt een inschrijfgeld gehanteerd van €35 (zie verder onder beschrijving IJmuiden). In sommige festivals (o.a. Alkmaar) moeten de groepen zelf de gelden voor auteursrechten afdragen.

Gemiddeld vinden de festivals plaats over 3 al dan niet aaneengesloten dagdelen (Zaandam, Schagen, Den Helder) of verspreid over meerdere avonden (de overige festivals). Tijdens een dagdeel treden 3 tot 4 groepen op. Vaak is men gebonden aan een maximale speelduur, variërend van 30 tot 45 minuten. Per festival zijn dus zo'n 9 tot 12 groepen te zien. Alleen Naarden kent een hogere actieve participatiegraad, namelijk 18 groepen, maar dit festival wordt om de vier jaar gehouden en heeft dan zes voorstellingsavonden.

² Zie ook vraag 7 op het enquêteformulier.

³ Zoals vermeld in noot 1 zijn deze festivals in dit verslag niet verder beschreven. Wel is bekend dat project Fors graag de organisatie wil overdragen. Anders dan bij de meeste festivals hebben zij in 2008 wel een kwaliteitscriterium vooraf opgesteld. De meeste groepen reageerden hierop afwijzend.

Het publiek bestaat uit deelnemende groepen en aanhang van groepen die naar elkaars voorstellingen kijken (60%). Daarnaast komen mensen kijken die bij andere amateurgroepen zijn betrokken (30%). Slechts een klein deel, ongeveer 10%, heeft geen directe binding met de optredende groepen. In absolute aantallen zitten er gemiddeld 50 toeschouwers bij de voorstellingen. De zaalcapaciteit van de meeste festivals bedraagt 80-90 toeschouwers.

1.2. Ontwikkeling

Organisatie

Gedurende lange tijd was de organisatie in handen van de regio-besturen van het Noord-Hollands Centrum voor Amateurtheater (NHCA). Toen deze koepelorganisatie twee jaar geleden werd opgeheven, namen onafhankelijke werkgroepen (overigens nog voor een deel bestaande uit voormalige regiobestuurders) de organisatie over.

Prijzen en nabespreking

De eerste festivals in Alkmaar en Schagen, kenden een sterk competitief element: de voorstellingen werden beoordeeld door een deskundige jury. Dit prijzensysteem is in de jaren '80 losgelaten. Daarvoor in de plaats kwamen nabesprekingen, die vaak werden geleid door de provinciaal toneeladviseurs van het NHCA. Aanvankelijk op aparte avonden: zeer sterk eenrichtingsverkeer en beoordelend, later meer in de vorm van een open gesprek, direct na afloop van een voorstellingsronde. De meeste festivals hebben de nabesprekingen losgelaten, omdat de animo bij het publiek hiervoor begon te ontbreken. Men wilde aan het einde van een lange toneelavond wilde men het liefst naar huis of nog even in de kroeg napraten. Het publiek kan nu aangeven op formulieren wat ze van de voorstelling, samenspel en individuele spelkwaliteit vinden, zonder dat daar publieksprijzen aan verbonden zijn.

Regionaal karakter

De festivals kenden aanvankelijk een sterke regionale binding. Groepen uit één regio vonden het belangrijk om voor elkaar te tonen wat hen bezighield. Men kende elkaar, mede ook door het feit dat er sterke regiobesturen waren die meerder activiteiten in de regio organiseerde. In de loop der jaren is dit regionale karakter verdwenen. De meeste festivals halen nu de helft van de groepen uit de eigen regio, soms zelf nog minder (in Schagen was er het laatste jaar maar één regionale groep die deelnam); de andere helft wordt gevormd door groepen die van buiten komen, en zelfs van buiten de provincie Noord-Holland. Voor hen bieden de festivals een goede gelegenheid om in een korte periode vaker te kunnen spelen. De groepen uit de regio voelen die band nu veel minder. Uitzondering op dit gegeven is het festival in de Zaanstreek, waar een vaste kern van 7 groepen om de twee jaar acte de precense geeft (ongeveer de helft van het aantal Zaanse groepen).

Artistieke ontwikkeling

Vroeger waren festivals vooral gericht op kwaliteit, ondermeer tot uiting komend in het systeem van jurering. Dat wil zeggen: men verwachtte kwaliteit in spel en stukkeuze. Die verwachting bond de deelnemers. De festivals boden een ontmoetingsplaats om erover van gedachten te wisselen. In toenemende mate sinds de jaren '90 worden de festivals door groepen ook gezien als een vrijplaats om nieuwe dingen te proberen. Maar er kan niet gezegd worden dat de festivals daardoor herkenbaar getekend worden. De ene groep experimenteert, de ander speelt traditioneel repertoire.

Wel is er toename te zien van interdisciplinaire voorstellingen. Het gaat om makers die combinaties tot stand brengen met andere disciplines, zoals dans, verteltheater en cabaret. Parallel hieraan loopt het feit dat er meer gelegenhedsgroepen optreden die speciaal voor de

festivals een productie maken. Maar ook hier kan je niet beweren dat de festivals deze groei bewust stimuleren. De inschrijving is immers open. Bovendien volgen deze ontwikkelingen de trend die ook in het professionele theater is ingezet.

Het aandeel van zelfgemaakte stukken (op basis van zelfgeschreven teksten of improvisaties) is sterk toegenomen. Hiertoe werden op initiatief van DE KUNST ook een aantal artistieke impulsen gegeven, zoals *Eenakter Anders* en *De bende van 30*. Op basis van een aantal uitgangspunten wordt een kort stuk gemaakt waarbij de verbinding tussen de spelers en de inhoud centraal staat.

1.3. Samenvatting problematiek

Het beeld dat uit dat opdoemt uit de gesprekken die ik hield met de festivalorganisaties, is vrij eenduidig:

- De festivalformule is de laatste tien jaar grotendeels hetzelfde gebleven
- De festivals drijven op de inzet van een beperkt aantal gedreven vrijwilligers die dit al jaren doen. In diverse gesprekken kwam de vrees naar voren “wie gaat straks het stokje overnemen?”
- Dezelfde formule: een open programmering van drie a vier stukken per avond, van elkaar gescheiden door korte pauzes
- Een zeer bescheiden werkbudget
- Weinig tot geen randprogrammering
- De regionale binding is afgenomen. Er nemen minder groepen deel uit de directe omgeving, zeker waar het de meer traditionele verenigingen betreft
- Groepen en hun aanhang zijn minder geneigd om naar elkaar te kijken
- Een deel van de groepen komt van ver en neemt daardoor weinig eigen publiek mee. Als het om ad-hoc of gelegenheidsgroepen gaat, is er zelfs nauwelijks sprake van een achterban.
- Men mist een provinciale sturing op het gebied van publiciteit.

Een vijver waar geen stroming en borreling is en onvoldoende wordt ververst met nieuwe organismen zal op een gegeven moment dichtgroeien. En als “vijver” steeds onherkenbaarder worden voor de omgeving.

Geconcludeerd kan worden dat de festivals over de hele linie uit een kleiner wordende vijver vissen, die onderhouden wordt door een nog veel kleinere groep enthousiaste tuinmannen. Dit is in overeenstemming met de constatering van de netwerkbijeenkomst in september 2009: minder publiek, minder actieve deelnemers en daardoor minder inkomsten.

Ondanks dit weinig uiteenlopende beeld zijn er ook verschillen te noemen tussen de festivals onderling. Een aantal daarvan bieden positieve aanknopingspunten voor een verandering van koers. Ik zet deze in het volgende hoofdstuk kort uiteen.

2. Korte karakteristiek van de afzonderlijke festivals

Ik behandel de festivals in chronologische volgorde en heb me bij de beschrijving beperkt tot het benoemen van de meest opmerkelijke punten.

2.1. Zaanstreek (januari)

Het eenakterfestival wordt om de twee jaar georganiseerd in het Zaantheater en heeft altijd een thematisch karakter. In januari 2010 zal het thema Hugo Claus zijn, waarbij verenigingen verplicht zijn om een (toneel)tekst van Claus te spelen. Het voordeel van een thematisch festival is dat je zinvolle randprogrammering kunt maken. Zo zal er dit jaar in samenwerking met Theaterinstituut Nederland een kleine tentoonstelling over Claus worden georganiseerd. Als het thema een schrijver is, kan er ook goed vooraf met repertoirelijsten en informatie-avonden worden gewerkt.

Enkele jaren geleden werd gekozen voor stukken van de Zaanse schrijver Peter Aten. Landelijk niet erg bekend, maar de binding die hij met de eigen regio heeft, zorgde voor een succesvolle en inspirerende festivaleditie.

2.2. Waterland (begin februari)

Dit festival in het Dorpshuis in IJpendam heeft zich steeds meer opengesteld voor andere genres: ook stand-up comedy, cabaret, muziektheater. De laatste jaren is het festival teruggebracht tot drie dagdelen.

In het verleden heeft het festival ook vaak gewerkt met thema's. Dat benoemen de organisatoren als zeer waardevol. Goede thema-invullingen waren:

- Bitter Lemon (drie groepen deden elk één bedrijf van het gelijknamige stuk van Dmitri Frenkel Frank)
- Theater op locatie
- Stukken van 3 debuterende schrijvers.
- Ook projecten zoals "eenakter anders" hebben in het verleden goed gewerkt.

Wat een goede formule is om tussen de stukken door, ook kleine optredens/entre-acts in de foyer te hebben, zoals goochelacts, liedjes, variété) te hebben. Acts die ook een verbinding hebben met het thema en met de inhoud van de stukken. Dat lukt de ene keer beter dan de andere keer. En er is een zekere vermoeidheid bij de organisatie waar te nemen: wat zullen we deze keer verzinnen?

Door het variétéachtige karakter van het festival bespeurt men wel een toename van jong publiek. Het festival wordt gesponsord door de Rabobank en draagt daarom ook de naam van deze bank.

2.3. Naarden (eind februari)

Dit festival dat elke 4 jaar over zes avonden wordt gehouden in het Arsenaal, wordt door drie lokale theatergroepen georganiseerd: ToVeNaar, Willem de Zwijger en de Vesting (de laatste twee gaan overigens dit jaar fuseren) De drie organiserende groepen zijn onderling verschillend maar juist die verschillen vormen de kracht van de organisatie. Elke groep is gastheer van twee avonden. Dat houdt ook in dat ze op die avond zelf spelen. Die voorstelling vervangt dan hun jaarlijkse donateursavond. Er wordt gestreefd om op de tweede avond ook de jongerengroepen van de organiserende groepen aan bod te laten komen.

Communicatie is een sterk punt. Er is veel vooroverleg met de doelgroepen. In samenwerking met de sponsor (Dudok Wonen) wordt er ongeveer vier maanden voor aanvang van het festival een feestelijke en ludieke “aftrap” verricht. Daardoor wordt een traject in gang gezet waarbij het publiek en groepen langzaam worden voorbereid op het komende evenement.

Net als in Zaandam overigens, wordt gehecht aan een goede, niet beoordelende nabespreking in de vorm van een open gesprek waarbij onderling veel vragen over en weer kunnen worden gesteld.

Het feit dat het festival om de vier jaar wordt georganiseerd, houdt het elan bij de organisatoren levend. Ze hebben “adempauze” om plannen bij te stellen en goed te evalueren.

2.4. Alkmaar (april)

Dit festival wordt in het Provadja theater gehouden. Provadja is de laatste jaren steeds meer bij de organisatie betrokken geraakt. Ze doen zelf mee in de publiciteit.

Ideaal zou zijn als het theater de puur organiserende taken op zich neemt, en dat de werkgroep programmeert.

Er is geen randprogrammering maar het instellen van een bepaalde thema-avond in het kader van Bende van 30, vorig jaar met workshops is goed bevallen.

De werkgroep ziet voor zichzelf een rol in het scouten weggelegd. Ze zouden nog actiever groepen kunnen benaderen om iets te maken voor het festival en ook meer aandacht kunnen besteden aan verbreding van de actieve deelnemers. Als voorbeeld wordt gegeven, de musical-afdeling van de Pabo in Alkmaar. Amateurtheater behelst meer dan de “reguliere” verenigingen. Zo kan de variatie toenemen. Ook als je meer projectmatig programmeert kan je aandacht besteden aan de combinatie van verschillende kunstdisciplines en dit kan mogelijk weer meer publiek genereren.

Verder werden afgelopen jaar jonge theaterambassadeurs die ook naar professionele voorstellingen gaan ingeschakeld om recensies te schrijven.

2.5. Noordkop (mei)

Dit festival wordt sinds 2005 weer traditioneel op Hemelvaartsdag gehouden. Zoals al vermeld, is dit het oudste festival. Er valt een zekere vermoeidheid waar te nemen bij de organisatoren: “we maken de 40 jaar nog wel vol, maar dan...”. Bij dit festival is de trend van geringe regionale deelname ook het duidelijkst. Als oorzaken worden genoemd dat veel verenigingen alleen nog maar tijd en energie hebben voor de grote donateursvoorstelling en dat musicalgroepen de traditionele toneelverenigingen verdringen. Vorig jaar was er slechts één groep uit de eigen regio, die optrad. Gevolg is dat ook het publiek wegblijft. Toch heeft men wel oog voor de toekomst. Naast het streven om oud publiek terug te winnen richt men de ogen naar de jeugd. Zo wordt gedacht aan:

- Een combinatieproject met scholen. Er wordt een voorbeeld gegeven van een filmproject op de Clusiuschool, waarbij jongeren zelf kleine filmpjes konden maken. Je zou die filmpjes als uitgangspunt kunnen nemen voor het maken van een toneelvoorstelling en de filmpjes vervolgens in de foyer tonen.
- Ook wordt gedacht aan een grotere vermenging van genres. Het vasthouden aan het genre “eenakter” heeft zeker geen voorkeur. Jongeren interesseren zich voor muziek, dat blijkt uit de belangstelling voor musicals. Dus waarom dat niet ook gaan programmeren.

2.6. IJmuiden/ Kennemerland (juni)

Het festival vindt plaats in het Witte Theater en is de laatste jaren georganiseerd door de jonge projectgroep Veeking. Zij heeft een aantal vernieuwingen doorgevoerd, zoals een nieuwe naam voor het festival (KET) en heeft zich geconcentreerd op randprogrammering, de zogenaamde vuurpijlacts tussen de voorstellingen door waarbij het publiek verrast werd met ludieke acts. Ook werd het festival geopend door een landelijk doorbrekend talent, met roots uit de directe omgeving (Sanne Slotemaker). Het festival wordt afgesloten met een popconcert.

De keuze om het festival minder regionaal te maken pakte niet gelukkig uit. Per avond trad een regionale groep in combinatie met een provinciale en een landelijke groep op. Men wilde hiermee kwaliteitsvoorstellingen stimuleren, maar het gevolg was dat het publieksbereik afnam: het afgelopen jaar, een dieptepunt met nauwelijks meer dan 30 mensen publiek per avond. Daarom is nu gekozen, ook op advies van Dirk van Zonderen van het Witte Theater, om zich weer uitsluitend te richten op regionale groepen.

West-Friesland kende geruime tijd een eenakterfestival tot 2004. Omdat de belangstelling van deelnemende groepen sterk was afgenomen, is er in de daaropvolgende jaren een gewijzigde formule gehanteerd, onder de naam “Stukkies doen”, waarbij groepen previews konden geven van het repertoire voor het komende seizoen, dan wel hoogtepunten konden spelen uit eerdere producties. In 2005 is dit initiatief opgeheven wegens gebrek aan belangstelling.

Conclusie

Opvallend in de gesprekken was dat er wel degelijk ideeën leven bij de organisatoren hoe de festivals te verlevendigen en van nieuw bloed te voorzien, maar dat de praktijk vaak weerbarstig is. Men wil wel graag naar voren maar een actieve en strategische benadering naar nieuw publiek en deelnemers ontbreekt. De echo van het verleden klinkt nog sterk door, waardoor de zucht naar de toekomst een zwak windje blijft.

3.0. Identiteit en Profilering

Wie naar de toekomst wil kijken doet er goed aan te kijken naar trends. We hebben allemaal te maken met trends. Er zijn trends op korte termijn, bijvoorbeeld versies van commerciële producten (computers, auto's, supermarktacties etc.), deze trends duren vaak niet langer dan een jaar. Trends op middellange termijn (2-5 jaar) liggen op het gebied van voorkeuren van het publiek (beleviscultuur, authenticiteit, avontuur). Trends op langere termijn (5-10 jaar) zijn maatschappelijk bepaald, zoals individualisering, commercialisering, vergrijzing en emancipatie. De laatste twee trends zijn belangrijk om te analyseren en zo in te kunnen spelen op veranderingsprocessen. De volgende vragen zijn van belang:

- Wat gebeurt er in onze markt?
- Hoe gedraagt het publiek zich?
- Wie zijn we?
- Waar zijn we goed in?
- Wat vinden we belangrijk?
- Waar staat ons te wachten?
- Wat willen we bereiken?
- Hoe gaan we dat doen?

Om te beginnen moet je gegevens verzamelen en analyseren over de volgende onderwerpen:

1. het product dat je verkoopt (de festivals)
2. aan wie je het verkoopt (het publiek)
3. hoe je het verkoopt (publiciteit en profilering)

Om een goede strategie voor de toekomst te ontwikkelen zou je de gegevens in verband moeten brengen met de vragen die ik onder trends heb geformuleerd. In dit vooronderzoek beperk ik me tot een inventarisatie van de eerste drie punten, die steeds een belangrijk deel hebben uitgemaakt van de vraaggesprekken die ik heb gehouden.

3.1. Het product

Gevraagd naar de waarde van het product noemen de respondenten in overeenstemming de volgende punten

- Het festival is een ontmoetingsplaats. Het gaat om de uitwisseling tussen groepen en het naar elkaar kijken
- Het festival moet kwaliteit bieden. Onder kwaliteit wordt met name verstaan: voorstellingen gekenmerkt door goed spel maar ook een verrassende spelvorm of repertoire keuze
- Het festival moet laagdrempelig zijn voor groepen en betaalbaar voor toeschouwers
- Het festival verstevigt de samenwerking tussen deelnemende groepen (dit wordt vooral in het Gooi en in Waterland geconstateerd).
- Een meerwaarde van alle festivals is dat er in theaters wordt gespeeld met goede technische voorzieningen en dat de samenwerking met de theaters en met name de technische staf goed en soepel verloopt.

Commentaar:

Opvallend is dat door iedereen het festival wordt omschreven als een ontmoetingsplaats, maar dat de ontmoeting zelf niet geregisseerd wordt in de randprogrammering. De

ontmoeting vindt informeel plaatsvinden in het café of de foyer. Daar is op zich niets tegen, maar er zou veel meer kunnen gebeuren. Alleen in Zaandam en Naarden vinden nog nabesprekingen plaats. De meeste festivals hanteren nog wel een vorm van publieksbeoordeling, maar deze wordt anoniem ingevuld op vragenformulieren. Niet alles hoeft in gesproken woord of door “deskundigen” te gebeuren, maar de ontmoetingen tijdens het festival zijn nu laag geprofileerd. De aanzetten die zijn gegeven in IJmuiden (vuurpijl-acts), Alkmaar (workshops), de Zaanstreek en Waterland verdienen nadere uitwerking. Ook door meer aandacht te besteden aan het traject vóór de eigenlijke festivaldatum zou je de ontmoeting op het festival verder kunnen verdiepen. In het Gooi gebeurt dit en door de thematische opzet van het festival in Zaandam ook enigszins, maar er zou veel meer kunnen: bijvoorbeeld gesproken columns en impressies op youtube, workshops, coaching vooraf. In de regio’s Waterland en het Gooi heeft men geconstateerd dat er door de festivals meer onderling wordt samengewerkt. In het Gooi gaat men ook buiten het festival om voorstellingen bij elkaar spelen. Opmerkelijk is dat steeds meer groepen over kleine, zogenaamde vestzak theaters gaan beschikken⁴. Door middel van de festivals is er een binding ontstaan, de oprichting van een koepel voor amateurtoneel in het Gooi (www.amateurtoneelinhetgooi.nl/) heeft daar zeker ook aan bijgedragen. Dat spin-off effect heeft een gunstige invloed op de onderlinge dialoog over kwaliteit. De festivals zijn laagdrempelig. Echt actief programmeren wordt niet gedaan, wel wordt er aandacht besteed aan de diversiteit van programmering in genres over de dagdelen. Men weet wel ongeveer wat voor vlees men in de kuip heeft, omdat men de groepen voor het grootste gedeelte kent van eerdere edities, waardoor er vertrouwen is dat de kwaliteit op peil blijft. De ervaringen in Haarlem (zie noot 4) zullen verder onderzocht moeten worden.

3.2. Het publiek

Op de vraag hoe het publiek is opgebouwd is het antwoord gelijkloidend:

- het bestaat voor het grootste deel uit mensen die zelf spelen en uit aanhang van de optredende groepen
- spelers die zelf moeten optreden zien als het dagdeel een avond beslaat over het algemeen maar één andere voorstelling (in verband met voorbereiding van de eigen voorstelling)
- vaak wordt de wens geuit dat het toch ook mooi zou zijn als “de buurman” om de hoek zou komen kijken; in ieder geval publiek dat algemeen geïnteresseerd is in theater; waarna onmiddellijk de verzuchting klinkt dat dit toch nooit zal lukken.

Commentaar: wat voor publiek je ook wilt, je zal moeten inspelen op bestaande verbindingen en moeten investeren in verbinden met een toekomstig publiek. In Naarden is men verzekerd van publiek omdat de voorstellingen van organiserende festivalgroep voor de donateurs wordt gespeeld. Het is een feit dat de “community” met interesse voor theater überhaupt klein is. Amateurspelers gaan ook niet zonder meer naar elkaar kijken, als er geen binding is met elkaar. Wanneer geconstateerd wordt dat de animo om zelfs voor andere voorstellingen op een festival te blijven (men komt in toenemende mate voor de eigen club) is dat een bevestiging dat de “amateurtheater community” niet bestaat. Om het gemeenschapsgevoel terug te laten keren, zal je vooraf moeten investeren. In het Gooi hebben ze dat goed

⁴ Naast theater Achterom in Hilversum is er het Elcker theater in Bussum, Deo et Arti uit Eemnes heeft een eigen mini-theater, evenals Kunst en Genoegen uit Hilversum (Kleintje Kunst). En er zijn plannen voor een Vestzak theater in Naarden. Zo kunnen groepen steeds meer over en weer bij elkaar spelen.

begrepen. Het initiatief van Veeking in IJmuiden om deelnemende groepen te stimuleren om zoveel mogelijk eigen publiek te werven, door vanaf 8 personen kortingen aan te bieden op het inschrijfgeld, lijkt eerder averechts gewerkt te hebben.

De wens om “los” publiek binnen te halen is prijzenswaardig maar vraagt om een duidelijke sturing. Om nieuw publiek te trekken, zul je ze ook lang van te voren moeten betrekken. Het vreemde publiek komt voornamelijk om iets te beleven. Je kunt nog zo hard roepen dat een voorstelling heel mooi is, maar dat zegt de mensen niets, zolang ze geen beeld hebben wat dat moois voor hen oplevert.

3.3. Publiciteit en profilering

De publiciteit vindt op dit moment voornamelijk plaats door:

- Persberichten in de plaatselijke krant
- Websites van het NHCA en DE KUNST
- Aanschrijven van toneelgroepen uit de regio
- In een aantal gevallen in de maandagenda van het theater
- Flyers en posters (voornamelijk in IJmuiden)
- Programmaboekje dat wordt uitgereikt tijdens het festival. De boekjes van het Schagerfestival en die van Naarden zijn informatief en goed vormgegeven.
- Er is behoefte aan meer provinciale sturing voor wat betreft een gezamenlijke publiciteit.

Commentaar: wat opvalt is dat de publiciteit zich voornamelijk beperkt tot de geschreven media. Er wordt nauwelijks gebruik gemaakt van digitale media (behalve dan emailverkeer). Moderne communicatiemiddelen als hyves, facebook en twitter, worden niet ingezet.

Opvallend is de ervaring van Veeking. Zij hebben goede perscontacten met de regionale pers in IJmuiden. De pers besteed ook vooraf veel aandacht aan het festival, maar tot meer publiek heeft dit niet geleid. Ook hun professioneel ogende posters en flyers die op grote schaal zijn verspreid hadden niet het gewenste effect. Het is een terugkerend punt: zolang het profiel van het festival niet duidelijk is, dat wil zeggen wanneer je niets bijzonders en specifiek onder de aandacht kunt brengen, heeft een algemene publiciteit op “los” publiek nauwelijks effect. Maar ook de groep binnen de eigen kring zal geprikkeld moeten worden. Als niet heel duidelijk gemaakt kan worden wat er te halen valt op een festival, zal men niet geneigd zijn om in beweging te komen. Aan DE KUNST in Alkmaar kan gevraagd worden om een gezamenlijke publiciteit voor de eenakterfestivals te coördineren, maar de echte beweging zal van onderop moeten komen.

Nog een laatste punt. Het is opvallend dat de festivals heel low-budget georganiseerd worden. De gemiddelde prijs van vier festivals is zo'n € 1300. Zaandam is met € 2.500 iets hoger. Alleen Naarden heeft een uitschieter met € 6.500, waarvan € 2.500 wordt besteed aan publiciteit. De zaalhuur is in dit bedrag zelfs niet inbegrepen omdat deze door de gemeente Naarden wordt gesubsidieerd. Het is de vraag of je met zo'n laag budget daadwerkelijk een vernieuwing in kan zetten.

Conclusie

De festivals verkopen voornamelijk een laagdrempelig podium voor groepen om te spelen in goed geoutilleerde theaters. Dat is zeker niet onbelangrijk en het kan zelfs als een unique sellingpoint worden gezien voor het amateurtheater in Nederland. Er zijn weinig andere provincies waarin groepen de gelegenheid hebben om in een korte tijd zo veel te kunnen spelen. Maar dat is te weinig om 'los' en nieuw publiek te trekken uit de eigen regio. Een gezamenlijke publiciteit gecoördineerd door DE KUNST kan ondersteunend werken voor de eigen community, maar de festivals doen er goed aan zich op een aansprekende manier lokaal te profileren. Het is de vraag of je vooraf een kwaliteitscriterium zou moeten hanteren. De meeste groepen zijn hier niet van gecharmeerd, zoals de ervaring in Haarlem leert. Aan de andere kant blijft de discussie zonder zo'n criterium weinig transparant: kwaliteit zou zich zelf uitfilteren. Of dat voor een publiek van buitenaf ook zo ervaren wordt, valt te betwijfelen.

4. Inspirerende Voorbeelden

Luuk Eisema, werkzaam als theaterconsulent bij Keunstwurk in Friesland beschrijft de volgende filosofie die ligt onder theaterinitiatieven die succesvol zijn in zijn provincie. Een festival zou een feest moeten zijn. Wat voor festival je ook organiseert, het moet energie zichtbaar maken. Creëer voorwaarden waardoor dat mogelijk wordt. Als een festival dat niet doet, dan is de kans groot dat het een lui en achterhaald festival wordt.

Je moet ontmoetingen organiseren, die het mogelijk maken dat mensen met elkaar iets beleven. Mensen *willen* iets beleven. Iets dat bijzonder en onverwacht is. Vergelijk het met feesten. Je hebt saaie feesten en opwindende feesten. Op een doorsnee feestje gebeurt niet zo veel. Men is beleefd tegen elkaar, onder het genot van blokje kaas en stukjes worst, maar dat is het dan wel. Je moet dus op zoek naar een nieuwe noodzaak. Een noodzaak voor de makers, een noodzaak voor het publiek. Op een goed feest gebeurt iets dat je niet onmiddellijk verwacht: Een champagnefontein, met z'n allen cheek to cheek gaan staan en zingen. Want mensen willen meedoen. Een goed feest is er een waar je een ontmoeting organiseert, die energie losmaakt van de deelnemers zodat het feest zich spontaan verder kan ontwikkelen.

4.1. Provinciaal festival in Heerenveen

Deze filosofie wordt geconcretiseerd in een jaarlijks provinciaal festival in Heerenveen. Het provinciale festival in Heerenveen bevat de volgende elementen:

- geen pure eenakters, maar eerder korte stukken
- Publiek wordt voortdurend bezig gehouden. Je moet af van de formule: een stukje en een pauze en dan weer een stukje. Houd je publiek in beweging.
- Er zijn naast grotere voorstellingen ook 1 op 1-voorstellingen. Bijvoorbeeld kleine dansvoorstellingen, waarbij je als deelnemer met een patroon op de vloer een dans kan instuderen. Of je wordt geregisseerd door een regisseur om een kort stukje uit de beroemde Titanic-scène te doen.
- Voorstellingen (aantal 6 tot 8) voor dit festival worden gescout. De organisatie gaat zelf kijken of vraagt om tips. Geen open inschrijving.
- Duidelijke blokken, zodat iedereen weet waar hij aan toe is
- Middag gedeelte (om 2 uur beginnen) – gezamenlijke avondmaaltijd- avondgedeelte
- doelgroep: iedereen die betrokken is bij het amateurtoneel in Friesland.
- Simultane programmering zodat mensen elkaar nieuwsgierig kunnen maken
- Workshops die aangekondigd zijn maar ook onaangekondigde workshops: verrassing!
- samenwerking met studenten Theater van de Hogeschool Leeuwarden
- 400/500 mensen per dag
- Kostprijs ongeveer €12.000

4.2. Kleinschalig lokaal festival

Naast zo'n grootschalig festival zou je ook op heel lokaal niveau kunnen beginnen. Luuk noemt het voorbeeld van vereniging uit Wyns (Friesland). Daar speelt een kleine vereniging "Welkom in het Bos" van Alex van Warmerdam op een super klein podium van 3x 5 meter. In een buurtcafé. Rondom het erf was een heel bos nagebouwd. Dan loopt zo'n heel dorp uit.

Waarom? Omdat het bijzonder is. Het komt vanuit de gemeenschap. Men beleeft iets. En het is eigen, er wordt niet iets professioneels geïmiteerd. Speelsheid is belangrijk. Zo wordt

bijvoorbeeld een loterij georganiseerd en de eigenaars van winnende loten moeten een tekening maken. De beste tekening wint dan de hoofdprijs. Kern: participeren!!! Je zou de kleinschalige eenakterfestivals eigenlijk meer het karakter moeten meegeven van bonte avonden. Iedereen kan meedoen met zijn of haar talent. Zorg daarnaast dat er iets van hoogwaardige kwaliteit staat. Als mensen betrokken zijn op elkaar, sturen ze elkaar op een gegeven moment onderling bij op kwaliteit. Het gaat er dus niet om, dat alles bij aanvang goed is. In eerste instantie komt het aan op enthousiasme en energie.

4.3 Een combinatie van internationaal en lokaal

Ik noem nog een derde voorbeeld van een festival. Niet bedoeld als een format voor onmiddellijke navolging maar wel als inspirerend voorbeeld om te laten zien hoe je groot en klein met elkaar kan verbinden.

Het Manchester International Festival (MIF) is een jong tweejaarlijks festival - de tweede editie werd gehouden in juli 2009, dat zichzelf positioneert als "The world's first international festival of original, new work and special events". Het duurt in totaal 18 dagen en alles wat geprogrammeerd wordt is nieuw. Het festival brengt een breed scala aan cultuur; van cultuur met een hoofdletter C (een vier uur durende performance van Marina Abramovic) tot populair (Antony and the Johnsons en Young@Heart met The End of the Road), van duur tot gratis, van in theaters en musea tot op locatie, van lokaal tot internationaal. De gemene deler in deze programmering is dat het allemaal nieuw werk is, gemaakt (mede) in opdracht van het festival. Ondanks het internationale karakter van het festival met veel bekende namen worden de lokale bewoners op veel verschillende manieren betrokken bij het festival. Naast een toneelstuk dat speciaal was geschreven voor de inwoners van Manchester opende het festival met een processie waarin kunstenaar Jeremy Deller (Turner Prize winnaar in 2004) een processie creëerde met zeer verschillende groepen uit Manchester. Het festival sloot af met een diner voor 2.000 mensen, waarvan het menu was samengesteld door vijf internationale culinaire specialisten met vijf lokale chefs uit vijf verschillende gemeenschappen uit Manchester.⁵

Ik noem dit voorbeeld omdat het zo mooi laat zien, hoe het inspeelt op de belangrijkste tendensen die de omgeving van kunst en cultuur beïnvloeden. Dat zijn

- globalisering
- commercialisering
- digitalisering
- democratisering

Al deze vier tendensen brengen een andere cultuur- en kunstbeleving tot stand. Zo ontstaan er onder invloed van digitalisering en globalisering: nieuwe kunstdisciplines en andere vormen van verspreiding en presentatie. Onder invloed van commercialisering en democratisering wordt het onderscheid tussen hoge en lage kunst vager, en de afstand tussen amateurs en professionals kleiner. Digitalisering en democratisering zorgen voor een andere manier van leren en beleven. Onder invloed van globalisering en commercialisering wordt een verbreding van het begrip "kunst" bewerkstelligd en wordt het uit zijn elitaire niche gehaald. Deze voorbeelden kunnen een aansporing zijn om "out of the box" te gaan denken en op zoek te gaan naar verrassende combinaties.

⁵ Bron : Een festival met een verschil <http://www.lagroup.nl/publicaties/87/1>

5. Uitslag Enquête

Aan de 169 groepen die bekend zijn in het adressenbestand van DE KUNST werd gevraagd om aan te geven of zij in de afgelopen 5 jaar hadden deelgenomen aan een eenakterfestival en zo ja welke festivals. Daarna konden zij aangeven of ze van plan waren om deel te nemen en welk belang zij toekenden aan de volgende 9 stellingen.

1. *Iedere groep moet aan het festival kunnen deelnemen, dus zonder selectie vooraf wat betreft repertoire en kwaliteit.*
2. *De uitwisseling tussen groepen zou centraal moeten staan op een festival*
3. *Door voor een deels onbekend publiek te spelen, worden we in staat gesteld om onze kwaliteit te verbeteren.*
4. *Het spelen op een eenakterfestival krijgt een meerwaarde als na afloop onder deskundige leiding een nabespreking met publiek plaats vindt.*
5. *Een festival is voor ons een proeftuin. We willen op festivals vooral nieuwe stukken en experimentele spelmethoden laten zien.*
6. *Eenakterfestivals krijgen een meerwaarde als daar prijzen (beste regie, beste acteur/actrice) aan zijn verbonden. In elk festival moet een wedstrijdelement zitten.*
7. *Je kunt beter een andere naam voor dit soort festivals gaan hanteren. De term "eenakter" doet gedateerd aan en dekt vaak de lading niet voor wat we willen spelen.*
8. *We kunnen ons als groep profileren door te spelen op een eenakterfestival.*
9. *Een festival dat zich specifiek richt op één thema of werkwijze en zich daarmee profileert, zorgt voor meer binding tussen deelnemende groepen onderling en tussen publiek en groepen.*

Men kon in vier categorieën antwoorden: heel belangrijk/ belangrijk/ niet erg belangrijk/ onbelangrijk. De resultaten van deze enquête zijn in de bijlage opgenomen.

Aan de antwoorden die zijn gegeven kunnen niet zonder meer bindende conclusies verbonden worden. In de eerste plaats niet, omdat de respons mager was: 33% van de groepen reageerde. Deze lage respons is overigens niet exceptioneel, temeer als je bedenkt dat slechts een klein gedeelte van de gevestigde groepen (schatting 25%) in Noord-Holland daadwerkelijk deelneemt aan de festivals. In de tweede plaats omdat gelegenheidsgroepen met deze enquête niet bereikt konden worden.

Zeven van de 55 groepen die het formulier terugstuurden, gaven aan dat ze nooit deelnamen en ook niet zouden deelnemen en dat het voor hen niet zinvol was het formulier in te vullen. Van de 48 groepen die wel de vragen beantwoordden gaf iets meer dan de helft (27 groepen) aan dat ze eerder hadden deelgenomen. Van de overige 21 gaven 9 groepen aan dat ze van plan waren om in de toekomst deel te nemen. Daaruit mag geconcludeerd worden dat er een bescheiden groei van actieve deelname vanuit de hoek van de traditionele verenigingen te verwachten valt.

De 27 groepen die eerder hadden deelgenomen, maken ongeveer 70% uit van de totale Noord-Hollandse deelname aan de eenakterfestivals. Daarmee neemt het significantiecijfer niet toe naar mijn mening, maar de resultaten geven wel een bepaalde richting aan.

De antwoorden uitgesplitst in procenten zijn te vinden in de bijlage. Ik licht hier de meest opvallende resultaten er uit:

Het merendeel van de groepen (63%) hecht aan het kunnen deelnemen zonder selectie vooraf. Ongeveer driekwart van de groepen

- hecht aan de uitwisseling op een festival (74%)
- vindt het belangrijk dat ze door het optreden op een festival hun kwaliteit kunnen verbeteren (78%)
- vindt het belangrijk dat ze zich door op te treden beter kunnen profileren (78%)

64 % van de groepen vind een nabespreking door deskundigen belangrijk.
Iets minder dan de helft van de groepen vindt een thematisch festival belangrijk.
Het merendeel van de groepen ziet weinig in het belang van een andere naam voor het eenakterfestival. En ook aan prijzen wordt niet gehecht door de meeste groepen.
Iets meer dan de helft van de groepen (56%) vindt het niet belangrijk om op het festival iets nieuws te brengen.

De richting die door deze cijfers wordt aangegeven is:

- de meeste respondenten zien de festivals als een middel ter verbetering van de eigen kwaliteit en als middel ter profilering
- Aan de uitwisseling tussen groepen wordt veel belang gehecht
- Een andere naam voor een festival en het instellen van prijzen worden door de meeste groepen niet opportuun geacht.
- Sommige groepen zien de festivals als een proeftuin om iets bijzonders te brengen, maar de meeste groepen hechten hier minder belang aan. Dit verhoudt zich met het cijfer om laagdrempelige festivals te willen.

6. Kansen en bedreigingen

We kunnen voorzichtig concluderen dat de festivals in hun huidige vorm voor een kwart van de traditioneel georganiseerde groepen in een behoefte voldoet. De behoefte aan uitwisseling en ontmoeting wordt door zowel de organiserende partijen als door de deelnemers gedeeld en belangrijk geacht. Het is van belang om dat in het oog te houden. De mogelijkheden tot ontmoeting uit te breiden zijn een positieve kans voor de festivals.

Ook de constatering dat de festivals in hun huidige vorm vooral een verbreding vormen van presentatiemogelijkheden voorziet in een duidelijke behoefte bij de deelnemers. Driekwart van hen hecht aan het belang om zichzelf te verbeteren, te presenteren en beter te profileren op een vreemd podium. Tegelijkertijd is het vreemd dat voor zeker de helft van de groepen geen behoefte bestaat aan artistiek vernieuwing.

De behoefte aan thematische festivals ligt eveneens genuanceerd, maar ook dit komt overeen met de huidige realiteit. Sommige festivals zetten daarop in, andere niet. Het is belangrijk omdat onderscheid te houden.

Er valt een voorzichtige groei waar te nemen in potentiële kandidaten, maar deze vormt slechts 5% van de groepen die op dit moment niet deelnemen en dat (waarschijnlijk) ook niet van plan zijn. Uitsluitend op deze groepen inzetten vormt een risico en levert ook niet de gewenste toename aan publiek op. Daarvoor zal meer moeten gebeuren.

Een kans is dat veel organisaties open staan voor nieuwe vormen om de ontmoetingen op de festivals te intensiveren als ook voor het benaderen van nieuwe doelgroepen. Te denken valt aan de plannen die Alkmaar en Schagen hebben voor meer workshops en voor meer cross-overs tussen disciplines.

Ook de pogingen die in IJmuiden en in Waterland zijn gedaan om het festival van meer randprogrammering te voorzien verdienen nadere bestudering.

Een bedreiging vormt het feit dat de festivalorganisaties nogal in zichzelf zijn gekeerd. Men doet het al jaren en nieuw bloed lijkt zich niet aan te dienen. Maar deze constatering kan snel tot een zich zelf voltooiende voorspelling leiden, zodat over enkele jaren een “zachte dood” intreedt. Het is van groot belang om meer groepen bij de organisatie te betrekken. De suggesties die in Alkmaar werden gedaan om ook aanstormende jonge makers te betrekken bij de programmering van de festivals verdient navolging. Een andere suggestie werd in Naarden gedaan om groepen die niet direct betrokken waren bij het festival de nabesprekingen te laten verzorgen, eveneens. Het past in de trend van democratisering.

Verschillende festivalorganisaties hebben aangegeven wat te zien in het plan om aansluitend op de regionale festivals een provinciaal festival te organiseren waarbij het beste of meest opmerkelijke van elk regionaal festival te zien is. Dit provinciale festival zou gecoördineerd kunnen worden door DE KUNST.

7. Conclusies en aanbevelingen

Ik kom tot de volgende tien aanbevelingen. Niet om slaafs op te volgen maar als prikkeling om verder te denken. Het is goed als festivals lokaal van elkaar verschillen. Dat “verschillen” gebeurt op dit moment zelfs te weinig. Er is te weinig “lokale” authenticiteit en invulling, om de festivals herkenbaarder en levendiger te laten zijn. Het is daarom raadzaam eerst een analyse van de omgeving van het festival te maken.

1. De kracht van de festivals ligt in het regionale karakter. Je kunt groepen van buiten uitnodigen maar de basis ligt in de eigen regio. Dat wordt heel duidelijk gemaakt door hoe het festival in Naarden is georganiseerd, waar mede door het festival een nieuwe koepel is ontstaan. Het is van belang om het regionale karakter van de festivals te behouden en te versterken. Ga er niet van uit dat het publiek van over heel Noord-Holland komt, maar zoek naar sterke regionale verbindingen. Het regionale publiek vormt de ruggengraat van het festival.
2. Je festival kan laagdrempelig zijn, maar zorg er ook voor dat je tijdens het festival iets speciaals programmeert, waar bezoekers iets kunnen beleven. Dat iets zou vooral de directe omgeving moeten aanspreken. Durf onverwachte combinaties te maken. Bijvoorbeeld scholieren die filmpjes hebben gemaakt, die weer ter inspiratie dienen voor een toneelproductie die door het festival wordt geproduceerd. Andere voorbeelden: een theatermarathon, workshops, etc.
3. Zorg voor spannende en interdisciplinaire randprogrammering tijdens je festival. Het publiek moet het jammer vinden dat ze niet alles kunnen meemaken en dat ze van anderen verhalen horen, hoe goed iets was. Zorg ervoor dat ze moeten kiezen. Dat komt ook de kwaliteit van je festival ten goede.
4. DE KUNST zou een rol moeten spelen bij de coördinatie van de provinciale publiciteit voor de festivals. Dit zou gekoppeld kunnen worden aan een provinciaal festival ter afronding van de regionale festivals. Niet elk jaar, maar bijvoorbeeld om de twee of drie jaar.
5. Mensen zijn in beweging te brengen door hen te verleiden met avontuur en de verwachting van een nieuwe beleving. Dit vraagt veel voorbereiding. Het echte engagement ontstaat wanneer mensen betrokken worden, mee kunnen doen. Ook vooraf!
6. De festivals zijn gebaat bij nieuw bloed. Nieuw bloed ontstaat ook door nieuwe deelnemers. Blijf niet zoeken in de eigen kring maar richt de blik naar buiten. Laat het stromen. Ga allianties aan met die organisaties waar bereidheid is om alledaagse bezigheden met verschillende kunstvormen te verbinden. Dat kunnen filmhuizen zijn, scholen, bejaardenhuizen, etc. .
7. Ga op zoek naar lokale helden die iets voor je festival kunnen betekenen. Geef ze een taak voor het festival die bij hen past. Dat hoeven niet altijd helden te zijn, die “iets” met theater hebben. Het kunnen ook sporthelden zijn, of media-persoonlijkheden of personen die iets bijzonders bijdragen aan de leefbaarheid in een stad of streek.

8. Streef naar een hoger budget. Stel je niet langer tevreden met dat het “leuk” is om iets te doen voor een “bescheiden” bedrag.

9. Zoek lokale sponsors die je festival van een hoger budget kunnen voorzien. Met publieksaantallen zul je een sponsor niet kunnen overtuigen, wel met de exposure die hij kan krijgen door de voorpubliciteit over een activiteit die iets toevoegt aan het profiel van de sponsor. Vooral maatschappelijk verantwoord ondernemen doet het goed op dit moment.

10. Blijf de relatie met het plaatselijke theater goed onderhouden. Dit is een van je sterke punten.

Verantwoording

Achtergrond literatuur:

Een festival met een verschil <http://www.lagroup.nl/publicaties/87/1>
Trends in Cultuur(educatie) Johan Idema, LAgrouP, webpublicatie

Bijlage 1.
Uitslagen Enquête