



# Hoe organiseer je een theatertoer (en vermijd je de valkuilen)?

**Het theatercircuit is misschien wel het belangrijkste podiumcircuit van Nederland. Het heeft een geheel eigen dynamiek van spelregels en berekeningsmethodes die je moet kennen voordat je besluit er actief te worden.**

## De actoren

### 1. Het publiek

Het theater verspreidt één keer per jaar zijn brochure binnen zijn bedieningsgebied (gemeente, regio of specifieke doelgroep). Daarin staat een overzicht van alle voorstellingen die plaatsvinden in het aankomende seizoen. Bij elke voorstelling staat een korte beschrijving met foto, een datum en basisprijs voor een kaartje. De brochure wordt ondersteund door de theaterwebsite en mailings. Regelmatige theaterbezoekers reserveren in de weken na ontvangst van de brochure hun kaartjes voor voorstellingen in het hele seizoen. De meeste theaters houden de verkoopstanden bij en delen die via het online-platform Gigguide zodat je aan het begin van het theaterseizoen al weet wat de basisbezetting van je voorstelling is.

### 2. Het theater

Het theater heeft naast een directie en ondersteunend team een programmeur in dienst. Deze programmeur is verantwoordelijk voor de inkoop van het programma. Afhankelijk van het profiel van de bezoekers en andere (financiële) kaders van het theater stelt hij of zij uit het aanbod van voorstellingen een programma samen. Hij heeft goed contact met collega-theaters om te weten wat er speelt en hoe bepaalde voorstellingen ontvangen worden. Meestal wordt een programmeur overspoeld met aanbiedingen van voorstellingen. Om het werk behapbaar te maken selecteert hij

een aantal boekers die elk meerdere voorstellingen vertegenwoordigen en maakt afspraken om vis-a-vis het aanbod door te nemen.

### 3. De theaterboeker

Theaterboekers hebben dikwijls een ander profiel dan standaard-boekingsbureaus. Ze hebben een divers aanbod van voorstellingen dat ze proberen te verkopen aan het theater. Omdat er zoveel theaters zijn is het een dagtaak om deze allemaal te bezoeken en goede contacten te onderhouden. De theaterboeker is eigenlijk de vertegenwoordiger van de voorstelling en krijgt een percentage (15%) van het bedrag dat de producent ontvangt.

### 4. De producent

Daar waar een boeker een kant en klaar-product koopt moet er natuurlijk wel een partij zijn die de voorstelling ook daadwerkelijk gaat maken. Het script, het decor, de musici, de muziek, de spelers, de techniek en de technici moet samenkomen in een 2 x 50 minuten durende show. De producent is niet alleen inhoudelijk en organisatorisch maar ook financieel verantwoordelijk.

### 5. De regisseur

Deze probeert om alle losse ingrediënten van de show zo goed mogelijk te laten samenwerken. Hij of zij is betrokken vanaf het basale idee tot de verfijnde detaillering op het podium.

### 6. De cast

Afhankelijk van het soort voorstelling maak je gebruik van musici, acteurs, dansers, ver-

tellers etc. Zij worden meestal ondersteund door mensen achter het podium.

### 7. De techniek

Een voorstelling is eigenlijk een reizend circus waarbij je steeds met andere omstandigheden te maken krijgt. Het ene theater beschikt over geweldige audio- en lichtfaciliteiten terwijl een andere locatie alleen de beschikking heeft over een basislampenset met kleine zanginstallatie. Het is dus zaak dat je goed weet wat er op de locatie aanwezig is en wat je moet meenemen of inhuren. Vaak huurt of koopt een producent voor een seizoen een bepaalde hoeveelheid techniek. Het is belangrijk te weten dat er een pariteit-beginsel geldt in het theater: je krijgt eenzelfde hoeveelheid technische ondersteuning van het theater als je zelf meeneemt. Kom je met twee technici in je bouwplaat dan stelt het theater er twee ter beschikking. Kom je alleen dan krijgt je er één.

## De show

### 8. De pre-productie

Voordat de voorstelling op het podium te zien is moeten er repetities gepland worden om de losse onderdelen in te studeren. Vervolgens zijn er montage-dagen waarin alle losse onderdelen achter elkaar geplaatst worden in combinatie met het geluid en licht. Meestal is er eerst een bouwdag voor de techniek waarin het decor geplaatst wordt, de lichten ingehangen en gesteld en de audiotechniek ingeregeld. Vervolgens zijn meestal twee montage dagen noodzakelijk om alle scènes goed in te regelen qua licht, geluid en opkomst.

### 9. De première en de try-outs

Na de montage-dagen komt een spannend moment waarin de hele voorstelling voor de eerste keer achter elkaar gespeeld wordt. Alhoewel dit eigenlijk de aanloop is en er nog veel zaken verbeterd moeten



# Hand in hand?

**Het Nederlandse theatercircuit is groot en biedt musici en artiesten in potentie prachtige speelplekken. Maar de minder bekende artiesten hebben een harde dobber als ze er een belegde boterham willen verdienen. We vragen Ntb-bestuursvoorzitter Alexander Beets, zelf jazzmusicus met een ruimte theaterervaring, hoe de situatie kan worden verbeterd.**

Beets: "Op dit moment ondersteunt de gemeente vooral de stenen en de organisatie en niet de artiesten die er optreden. De gemeente kan natuurlijk beweren dat er al een stukje ondersteuning van hen zit in het garantiebepaald bedrag dat een theater de artiest biedt. Maar die garanties bevinden zich op een bedroevend laag niveau, zeker als je weet dat een producent daarvan alle kosten moet betalen zodat je als artiest vaak met € 50 naar huis gaat. Wij willen een speelveld creëren waarin de beginnende en minder bekende makers in staat zijn om een reëel inkomen te genereren met hun artistiek product. Het theatermodel is voor talentontwikkeling vriendelijker dan het model van de poppodia waar een artiest in de afrekening eerst de huiskosten moet inlopen, maar bij beiden wordt de maker slechts gezien als een instrument om een extra geldstroom te creëren. Daar wordt een theater misschien wel toe gedwongen door zijn financiers maar dat moeten we zeker niet als normaal gaan beschouwen. Als je met publiek geld zo'n enorm bouwwerk ondersteunt, is het dan ook niet wijs dat we een deel van het budget gaan labelen voor investeringen in de makers en hun product? Dan lever je echt een bijdrage. Je hoeft de maker niet eens direct extra geld te geven. Een vriendelijker afrekenmodel is ook een goede denkrichting. Het theater kan dan b.v. de auteursrechten voor z'n rekening nemen of geen theatertoeslag meer berekenen. Er zijn talloze variaties. Alle partijen zijn gebaat bij een zo groot mogelijk publiek. Daar moet je samen aan werken. Ik ga er van uit dat het theater z'n publiek kent en een zo goed mogelijke PR verzorgt om de zaal vol te krijgen; een permanente inspanning levert om een match te maken tussen een mooie voorstelling en de behoefte van het lokale bedieningsgebied. De realiteit is dat veel theaters zich steeds meer opstellen als locatiewaardhouders: de PR-medewerker wordt ontslagen en het financieel risico wordt bijna volledig bij de artiest en producent gelegd. De producent loopt het meeste risico en zal op zijn beurt moeten knibbelen op de zaken die een productie juist ten goede komen zoals regisseur, lichtplan, decor en musici. Je zou er van uit moeten gaan dat de best practice van De Goudse Schouwburg een vanzelfsprekende aanpak is maar helaas is dit bij veel theaters niet meer het geval. Theaters zouden aan hun gemeente duidelijk moeten maken hoe moeizaam ze in de praktijk moeten opereren. Bij veel nieuwe theaters zit meer dan 70% van de theaterbegroting vast in stenen (o.a. de huurprijs) en langdurige verplichtingen. Ze hebben maar 30% waarin ze kunnen schuiven. Als er dan 10% bezuinigd moeten worden en een derde geldstroom moet worden gegenereerd zijn de keuzen beperkt. Uiteindelijk komt een groot deel van de rekening bij artiesten terecht. Daarmee span je het paard achter de wagen en dat weten de theaterdirecties zelf ook. Wij moeten, hand in hand met de VSCD, duidelijk maken aan de lokale beleidsmakers en politici dat hierin verandering moet komen."

worden, is hier in grote lijnen de show al te zien. Voor de première staan vaak enkele try-outs gepland. De reden daarvoor is simpel. Bij de première wil je naast je vrienden ook de schrijvende pers uitnodigen in de hoop dat je lovende recensies krijgt, er extra aandacht voor je voorstelling komt en de verkopen in het theater verder toenemen.

## **De deal tussen theater, boeker en producent**

Alle drie de actoren hebben belang bij een zo groot mogelijk succes van de voorstelling en een zo hoog mogelijke opbrengst. Maar op het moment dat de zakelijke deal gemaakt wordt is moeilijk in te schatten of de show een succes wordt. Het theater moet een inschatting maken hoeveel kaartjes de voorstelling zal verkopen. Het is het makkelijkste voor het theater wanneer het gezelschap achteraf een bepaald percentage van de kaartverkoop krijgt. Voor de producent is dit 'voor de deur spelen' vaak een groot risico waar hij niet aan wil beginnen zonder een bepaalde garantie. Deze garantie is een bedrag dat de theaters als minimumopbrengst garanderen aan de producent. De garantie moet altijd afgesproken worden in combinatie met een deal over de deuropbrengst. Dit noemen we een partage-afspraken die de verdeling van 100% van de recette vastlegt in 80/20, 90/10 of 75/25. Afspraak is dat het grootste deel voor de producent is en het kleinste deel voor het theater. De boeker krijgt een percentage vanuit het producentendeel. Het is een evenwichtig systeem waarin risico's en belangen gedeeld worden tussen producent en theater.

## **De promotie**

Omdat een zo hoog mogelijke zaalbezetting van groot belang is, moeten we kijken naar de verantwoordelijkheid voor de PR. Het begint al bij de producent die moet zorgen dat de boeker bij zijn gesprekken met het theater over goed PR-materiaal beschikt. Heeft het gezelschap al een historie in het theatercircuit dan kan ook beter een inschatting van de te verwachten bezoekers gemaakt worden. Na de boeking moet het theater rond februari/

<b>KAARTVERKOOP</b>				
122	ABONN.	=	€ 1.830,00	ABON
5 à €	14,50	=	€ 72,50	CJP
1 à €	15,00	=	€ 15,00	Regulier
270 à €	18,00	=	€ 4.860,00	Regulier
10 à €	22,50	=	€ 225,00	Regulier
1 à €	10,00	=	€ 10,00	Sprinten < 30 jaar
11 à €	0,00	=	€ -	Vrij Orkest/Impresariaat
6 à €	0,00	=	€ -	Vrijkaart marketing
4 à €	0,00	=	€ -	Vrijkaart Medewerker
<b>430</b>	<b>TOTAAL</b>		<b>€ 7.012,50</b>	
opbrengst kaartverkoop				€ 7.012,50
af: omzetbelasting 6 %				€ 396,93
netto recette				€ 6.615,57
af: gage artiest				€ 1.850,00
				€ 4.765,57
af: fee organisator				€ 1.500,00
				€ 3.265,57
af: aandeel TivoliVredenburg 20 %				€ 653,11
				€ 2.612,45
bij: door gebruiker af te dragen omzetbelasting 6 %				€ 156,75
				€ 2.769,20
<b>RESULTAAT</b>				<b>€ 2.769,20</b>

<b>Partage</b>	90 - 10					
<b>Garantie contractpartij</b>	€ 0,00					
<b>Recette</b>						
<b>Prijssoort</b>	<b>Prijsgemiddeld</b>	<b>Aantal</b>	<b>Bedrag</b>			
Normaal	20,00	29	580,00			
Met korting	19,00	20	380,00			
Vrijkaart	0,00	3	0,00			
Extra vrijkaarten	20,00	0	0,00			
Bruto recette			960,00			
- Theatertoeslag			156,00			
			804,00			
- BTW 6%			45,51			
Recette exc. BTW			758,49			
- Auteursrechten 7% van 758,49			53,09			
<b>Netto Recette</b>			<b>€ 705,40</b>			
<b>Theatertoeslag</b>						
	<b>Prijs Incl.</b>	<b>Aantal</b>	<b>Bedrag Incl.</b>	<b>BTW%</b>	<b>BTW</b>	<b>Bedrag excl.</b>
Pauzedrankje	2,00	52	104,00	6	5,89	98,11
Garderobe	0,00	52	0,00	0	0,00	0,00
Toeslag	1,00	52	52,00	6	2,94	49,06
	0,00	52	0,00	0	0,00	0,00
	0,00	52	0,00	0	0,00	0,00
<b>Theatertoeslag</b>			<b>€ 156,00</b>	<b>€ 8,83</b>	<b>€ 147,17</b>	

maart het PR-materiaal aangeleverd krijgen voor de brochure en de website. Dit zijn de teksten en foto's die het publiek moeten enthousiasmeren, op de website soms aangevuld met een mooie korte videotrailer. Vaak zet de boeker deze materialen in een EPK

(Electronic Press Kit) op zijn website en stuurt hij een mail met link naar de theaters. De boeker en de producent spannen zich in voor landelijke promotie van de voorstelling. Voor de première wordt de pers uitgenodigd en vaak wordt een perspromotor

ingehuurd om te kijken of bepaalde radio- en tv-programma's geïnteresseerd zijn om een impressie van de voorstelling in de uitzending op te nemen. De kosten van een perspromotor komen voor rekening van de producent.

De meeste theaters hebben ook een eigen promotiemedewerker die tot taak heeft het theaterprogramma zo goed mogelijk te promoten in de eigen stad of regio. De producent en/of perspromotor van de voorstelling stemt de PR-campagne met de publiciteitsmedewerker van het theater af en er wordt een lokaal promotieplan gemaakt. Als een voorstelling nog niet goed loopt kunnen de partijen besluiten extra acties in te zetten variërend van A0-billboarding tot kortingsacties bij de kaartjes.

### De afrekening

Na afloop van elke voorstelling stuurt een theater een borderel waarop zeer gedetailleerd de opbrengsten benoemd zijn. Waar moet je op letten bij het beoordelen van deze borderel?

- Kaartprijs

Elke voorstelling heeft een basisprijs maar er zijn ook lagere prijzen, bijvoorbeeld CJP en kortingsacties voor speciale doelgroepen. Het is van belang dat je vooraf weet welk prijsbeleid het theater hanteert en dat je afspreekt dat kortingsacties (en dus ook vrijkaartjes) pas na overleg ingezet kunnen worden.

- Btw

In elk kaartje dat aan de kassa verkocht wordt zit 6% btw en dat trekt het theater van de recette af. Op zichzelf niet erg want je kan aan het theater ook weer btw berekenen over jouw facturen maar de netto-opbrengst wordt hierdoor wel lager.

- Auteursrechten

Een voorstelling is in de zin van de wet een openbaarmaking waarvoor auteursrecht-gelden afgedragen moeten worden aan Buma. Het rekenmodel hiervoor is simpel: 7% van de kaartprijs ex btw wordt afgedragen. Als je zelf de componist/tekstdichter van de voorstelling bent kan je lid worden van Buma en die gelden (minus een handling fee) weer claimen.

- **Theatertoeslag**

Deze toeslag is al lang onderdeel van het afrekenmodel bij het theater. Oorspronkelijk was het bedoeld als een kleine bijdrage voor de garderobe en de faciliteiten van het theater. In het rekenmodel is dit een extra 'kostenpost' die afgetrokken wordt van de recette voordat de partage-deling in werking treedt. De laatste jaren is de theatertoeslag (die dus eigenlijk een aftrek is) steeds hoger geworden omdat steeds meer vaste lasten van het theater aan de artiest worden doorberekend. Daarnaast is een nieuw fenomeen geïntroduceerd:

- 'de portemonneeloze pauze'. Gasten kunnen in de pauze een drankje pakken waarvoor niet hoeft te worden betaald want dat zit al in het kaartje. De kosten van het drankje worden dikwijls tegen de verkoopprijs (dus niet de inkoopprijs) doorberekend aan de artiest.
- Sommige theaters rekenen een generieke theatertoeslag van rond de € 4,- en anderen berekenen theatertoeslag € 3,- + horeca toeslag € 2,- en garderobe toeslag € 0,75 waardoor je al € 5,75 aftrek hebt voordat er afgerekend wordt.

- **Partage split**

Eindelijk het moment van de waarheid. Na alle aftrek is er een 100% netto afrekenbasis waar vandaan we de verdeling maken zoals is afgesproken. Als de opbrengst van het producenten-deel hoger is dan het afgesproken garantiebedrag kan er nog een extra factuur gestuurd worden naar het theater. Als het eindbedrag lager is blijft de factuur met de garantie het eindbedrag.

### **De risico's en rol van de producent**

Het is wel duidelijk dat de producent een belangrijke rol heeft in de totstandkoming van producties en het levendig houden van het theateraanbod in Nederland. Hij heeft met uiteenlopende kostenposten te maken in de pre-productie en per voorstelling en moet deze kosten dekken uit de opbrengsten.

Voor hem zijn de afrekenbasis en garanties van levensbelang. De realiteit is echter dat de producent bij een kaartprijs van € 17,50, een 'normale' theatertoeslag van € 4,-, een partagesplit van 80/20 en een afrekening



met de boeker van 15% uiteindelijk € 7,77 per kaartje overhoudt om al zijn vaste en variabele kosten mee te dekken.

### **Bad Practices: enkele ervaringen van leden**

- De publiciteitsmedewerker van het theater in Zaltbommel was voor de zomer al ontslagen en er was ook geen brochure. Het theater vond de opkomst van 35 man publiek nog verrassend goed. De rekening werd ook niet betaald. De exploitatie was door de gemeente uit handen gegeven aan een derde partij die wel de recette had geïnd, de gezelschappen niet had betaald en daarna het theater failliet had laten verklaren.
- Tivoli Vredenburg berekent een fee voor zichzelf als organisator van € 1500 die wordt afgetrokken van de recette voordat de partagesplit van 80/20 plaatsvindt. Deze fee wordt niet vooraf in het contract met de producent vermeld.

- Een muziekfestival in Lelystad boekt een voorstelling op garantie en plaatst het in een festival met sponsors. De directeur geeft alle sponsors vrijkaarten voor de voorstelling en rekent € 0,- af met het gezelschap. Wel berekent hij de theatertoeslag voor zijn vrijkaarten door aan het gezelschap.
- In verschillende theaters: de PR-medewerker van het theater is ontslagen vanwege bezuinigingen; de voorstelling wordt daarom slecht gepromoot zodat er weinig publiek op afkomt. Het gezelschap draait op voor het grootste deel van het financiële verlies.
- In verschillende theaters: er worden kosten voor een 'portemonneeloze pauze' van de recette afgetrokken terwijl er geen pauze in de voorstelling zit. De drankjes worden tegen verkoopprijs doorberekend aan de artiest en dus niet tegen kostprijs.

Anita Verheggen (i.s.m. de Business Afdeling van de Fontys Rock Academie)

## **Flitscursus Theaterproductie**

**De Ntb organiseert in 2017 een flitscursus over het opzetten van een theaterproductie. Zodra de data en locaties bekend zijn zullen we alle informatie communiceren via de Muziekwereld, de Ntb-website en onze digitale nieuwsbrieven.**