

## NIEUWSBRIEF APRIL 2006



Borrel expertmeeting

### LAATSTE NIEUWS

Het had nogal wat voeten in de aarde om deze nieuwsbrief te ontwikkelen, maar nu is hij er dan toch eindelijk. De eerste expertmeeting voor de marketeers van maandag 13 februari is alweer even geleden, maar in deze nieuwsbrief toch even een terugblik op deze dag. De expertmeeting vond plaats in de Goudse Schouwburg. Naast de bespreking van het marketingplan van Jeugdtheater Plus gaven Ludmilla van der Kroon van Jeugdtheater De Krakeling (Amsterdam) en Kirsten Sinke van Theater Artemis (Den Bosch) een presentatie. Beide presentaties leverden goede tips op. Hieronder volgt een verkorte versie.

### JEUGDTHEATER DE KRAKELING

Ludmilla sprak o.a. over het 'Krakeling Theaterproject', die aan alle Amsterdamse basisschoolleerlingen de kans geeft om in aanraking te komen met theater. Het theaterproject, waarin het zien van een theatervoorstelling in De Krakeling centraal staat, bestaat uit drie onderdelen:

1) een voorstelling in Jeugdtheater de Krakeling, 2 lessen op school, gegeven door theaterdocenten, 3) een lesmap. Door de combinatie van kijken, doen en reflecteren hoopt De Krakeling dat kinderen leren waarmemen, onderscheiden en zich helder uitdrukken én optimaal genieten van de voorstelling, er het maximale uithalen en de magie van het theater ervaren als iets bijzonders dat ook gewoon voor hen is weggelegd. In 2004 deden negen- en veertig basisscholen mee aan het Krakeling Theaterproject.

In aansluiting op dit scholenproject heeft De Krakeling met een twintigtal scholen een intensiever contact. De ouders van leerlingen op deze scholen ontvangen een speciale folder met geselecteerde voorstellingen om met hun kinderen buiten de schooltijden naar het theater te gaan. De Krakeling heeft hiermee het speciale Doorstroom-abonnement ontwikkeld. Hieruit kunnen de ouders - voor een kortingsprijs - een eigen abonnement van drie voorstellingen samenstellen: een keuze uit dans, muziek en toneel. Het meedoen aan het Doorstroom-project heeft als insteek vooral de ouders van de kinderen te bereiken aangezien zij de beslissers zijn. Dit is dus ook een bruikbaar idee (vertaald naar ieders situatie) voor de uitvoering van het marketingplan van Jeugdtheater Plus. De medewerking van de scholen om dit doorstroom-abonnement (of een ander abonnement) onder de aandacht van de ouders en kinderen te brengen kan ook worden bewerkstelligd door de scholen andere voordelen te bieden.

### THEATER ARTEMIS

Kirsten gaf een kijkje in de keuken van Artemis, om duidelijk te maken hoe een gezelschap werkt, waar de marketing-uitdagingen en valkuilen zitten en hoe gezelschappen en theaters elkaar nog meer kunnen versterken. Met behulp van de deelnemers werden de kenmerken van een gezelschap bepaald (oa. producent, je loopt qua tijd ver vooruit op de theaters, je maakt het promotiemateriaal bij een bepaalde productie ipv distributie, je weet hoe een stuk totstandgekomen is, je hebt te maken met een artistiek leider ipv een schouwburgdirecteur, je staat niet in direct contact met je publiek (en hebt geen gegevens). Kirsten besprak vervolgens de Ps van jeugdtheatermarketing met betrekking tot een gezelschap en een theater. En kwam erop uit dat zowel theater- als gezelschapsmarketeers worstelen met de p van product - het stuk zelf. Bij een gezelschap zit je er bovenop, maar mag je er niet teveel aankomen, vanwege de artistieke vrijheid van de maker. Het theater heeft er al helemaal geen invloed op. Er is wel een kans om het product uit te breiden met een randprogramma. Door het omkaderen van een voorstelling gaan bezoekers zich bij jouw theater thuis voelen. Hierin kunnen theaters en gezelschappen meer gaan samenwerken, een tip die goed aansluit bij de marketingformats van Jeugdtheater Plus.

Meer weten over de presentaties?

Vraag de gehele tekst aan via [tamara@tamam-tekst.nl](mailto:tamara@tamam-tekst.nl).

### BELANGRIJKE DATA

#### DATA EXPERTMEETING

Donderdag 1 juni  
Programmeurs/artistiek/zakelijk leiders

Dinsdag 20 juni (o.v.b)  
Studiedag jeugdtheater voor de marketeers van theaters en gezelschappen i.s.m. Jeugdtheaterdagen en Riv-The-Kid

#### ACTIELIJST APRIL

Gezelschappen:  
Productie promotiemateriaal (zie format Marketingplan)  
Brainstormen over randprogrammering

Theaters:  
Bepalen presentatie van jeugdtheater in seizoenbrochure  
Marketingvariant 1: samenstellen jeugdtheaterabonnementen  
Bepalen prijzen jeugdtheatervoorstellingen