**3 Het ondernemingsplan**

**Inleiding**

Dood Paard bestaat sinds 1993 en wordt structureel gesubsidieerd sinds 2001. Het gezelschap heeft in deze periode in 15 landen gespeeld en 53 producties gemaakt. Dit alles in samenwerking met 7 gezelschappen, 44 theatermakers en 5 toneelschrijvers, die in totaal 23 nieuwe Nederlandstalige toneelstukken hebben geschreven.

In deze jaren heeft Dood Paard continu en vol passie gewerkt aan datgene waar het gezelschap voor staat: vernieuwend en geëngageerd theatermaken. Door die passie en het standvastige geloof in de eigen visie beweegt Dood Paard zich nu voort op zijn huidige weg, met een naar buiten gerichte blik, vol inspiratie en plezier en met een aan woede grenzend engagement. We worden daarin gesteund door de aandacht van een betrokken en groeiend publiek, van de pers en van programmeurs uit binnen- en buitenland. Al een aantal jaar worden spelers genomineerd voor en bekroond met toneel- en filmprijzen. Het Nederlands en het Vlaams Theaterfestival hebben met regelmaat voorstellingen van Dood Paard geselecteerd. Recent hoogtepunt was een voorstellingenreeks in het prestigieuze Guggenheim Museum in New York.

Dood Paard is dus in 2012 volop in beweging en dat is maar goed ook. Hierdoor staan we sterk in een omgeving waarin kunst en cultuur zwaar onder vuur liggen en waarin we de noodzaak van divers en gedurfd theater moeten verdedigen. Om dat goed te doen, moeten we trouw blijven aan de principes die we hoog achten en tegelijk in staat zijn om ons flexibel te bewegen in een habitat die snel verandert en minder bescherming biedt dan voorheen. Onze inspanningen als cultureel ondernemers zullen we onverminderd moeten voortzetten. Waar we vroeger niets liever wilden dan zo veel mogelijk publiek, moeten ze er nu ook echt zitten. Waar we vroeger gemiddeld boven de afgesproken eigen-inkomstennorm zaten, ligt nu de minimumeis daar weer boven. Daarom boren we naast onze overheidssubsidie ook andere geldbronnen aan.

Juist omdat we een onafhankelijke en eigenzinnige manier van theatermaken zo belangrijk vinden, blijven we binnen deze veranderde situatie ons werk creëren en tonen. We treden ons publiek tegemoet en laten zien waarom Dood Paard en theater in het algemeen de moeite waard is. Dit heeft geleid tot de wens om de relatie met het theater Frascati in Amsterdam radicaal te verstevigen. Gezamenlijk hebben we besloten dat Dood Paard als huisgezelschap zijn intrek neemt in het gebouw. Over deze nieuwe stap verderop in het plan meer.

Dood Paard gaat in de periode 2013-2016 8 nieuwe producties maken en per jaar 100 voorstellingen spelen voor een verwacht publiek van 10.000 bezoekers.

**nieuwe tijden**

We leven in een tijd die beheerst wordt door een crisis op economisch vlak en polarisatie in de samenleving. Bij veel verworvenheden van de moderne democratie worden vraagtekens gezet. De zorg, het onderwijs, immigratiebeleid en ontwikkelingshulp staan onder druk. Ook de waarde en de noodzaak van kunst worden ter discussie gesteld.

Het belang van een divers landschap van eigenzinnige gezelschappen had lange tijd genoeg politiek en maatschappelijk draagvlak, ondanks de aanwezige kritiek van elitarisme. In het huidige klimaat heeft die kritiek zulke overtuigende vertolkers gekregen, dat dit draagvlak in korte tijd sterk is afgekalfd en de weg is vrijgemaakt voor de heersende negatieve opvattingen over kunst.

Deze tendens dwingt de hele kunstsector tot het vernieuwen van zijn relatie tot de maatschappij. De kunstenaars zullen de waarde van kunst opnieuw inzichtelijk moeten maken. De aanvankelijke verontwaardiging over deze nieuwe realiteit heeft bij Dood Paard plaats gemaakt voor militant optimisme.

We blijven vernieuwend toneel maken en de grenzen van theater in dramaturgie en vorm opzoeken. We blijven nieuwe artistieke samenwerkingen aangaan met theatermakers in binnen- en buitenland. We blijven inspiratie zoeken in andere kunstvormen. We blijven compromisloos theater maken dat reageert op de samenleving om ons heen. We blijven ons standpunt uitdragen, dat kunst nodig is en bijdraagt aan de zelfreflectie die hoort bij een moderne en humane maatschappij. We blijven dat allemaal met humor doen.

En.

We zorgen ervoor dat ons publieksbereik groeit van 8.500 naar minimaal 10.000 per jaar. We versterken onze relatie met theaters in de Randstad en de regio. We zijn bewust bezig ons publiciteitsmateriaal toegankelijker en inzichtelijker te maken. We werken samen met middelbare scholen bij voorstellingen die uitgesproken geschikt zijn voor jongeren. We produceren een groots opgezette locatievoorstelling met De Warme Winkel en we maken een Kerstvoorstelling-voor-de-hele-familie in Utrecht.

Kortom, ons werk zal vooruitstrevend en onderzoekend blijven én we gaan een heldere dialoog aan met ons publiek, zodat het toegang krijgt tot het gezelschap dat het verdient.

**PLANNEN**

**Repertoire**

Dood Paard is een gezelschap dat voortdurend in beweging is en reageert op maatschappelijke ontwikkelingen. De voorstellingen zijn daarom altijd politiek, impliciet of expliciet. De thema’s worden als het ware gedicteerd door gebeurtenissen in de wereld.

Het ideaal van een geslaagde toneelavond is wanneer de toneelspelers en de toeschouwers gedurende de voorstelling nadenken over dezelfde thema’s en worstelen met dezelfde driften. De dilemma’s in een toneelstuk worden de dilemma’s van de toneelspeler en daarmee de dilemma’s van de toeschouwer.

Het theatrale onderzoek is een vast onderdeel bij het maken van een voorstelling. Het oprekken en ter discussie stellen van theaterconventies gaat altijd samen met het zoeken naar extreme, theatrale vormen, die ervoor zorgen dat de thema’s van de voorstelling expliciet worden.

Tekst ligt altijd aan de basis van de voorstelling, omdat taal een van de grote hartstochten is die de theatermakers van Dood Paard met elkaar bindt.

De vormgeving wordt sterk beïnvloed door beelden uit de moderne kunst. Daarnaast heeft het decor vaak een dwingende invloed op de manier van spelen. Het is bijna een medespeler. Bij de ene voorstelling is het decor zo wankel dat de toneelspeler voortdurend uit zijn evenwicht dreigt te raken, bij een andere is het decor zo vol dat het bijna onmogelijk is om je erin voort te bewegen.

Tenslotte is een toneelavond van Dood Paard altijd een onvoorspelbare ervaring. Het publiek heeft het gevoel dat delen vast liggen en delen geïmproviseerd worden, omdat de spelers elke avond weer zoeken naar een nieuwe betekenis, een nieuwe interpretatie en een nieuwe toon.

Bij Dood Paard komt de ene productie voort uit de andere en reageert de ene voorstelling op een vorige. Hierdoor is de keuze van het repertoire niet helemaal te voorspellen.

Grofweg kan het repertoire in drie categorieën verdeeld worden:

*Nieuwe Nederlandse toneelstukken*

Deze worden in nauwe samenwerking met de toneelspelers geschreven.

In de komende jaren gaat Dood Paard in ieder geval samenwerken met Rob de Graaf, Gerardjan Rijnders, en de jonge schrijvers Joachim Robbrecht, Vincent van der Valk en Enver Husicic.

*Bestaande toneelstukken*

Van de Oude Grieken, via Shakespeare en Schnitzler, naar hedendaagse schrijvers als Elfriede Jelinek. Deze teksten worden door de toneelspelers vertaald en bewerkt.

*Montagevoorstellingen*

Hiervoor worden teksten gebruikt die niet speciaal voor theater geschreven zijn. De toneelspelers schrijven zelf materiaal. Het thema is de leidraad voor de dramaturgie.

Naast deze drie categorieën maakt Dood Paard incidenteel interdisciplinair werk. Dit zijn kleine projecten met muzikanten, beeldend kunstenaars en filmmakers. Op het moment zijn we bezig met muzikale hoorspelen en een installatie voor een galerie. Deze worden vertoond buiten het reguliere theatercircuit en genereren daardoor nieuw publiek.

**Concrete plannen 2013-2016**

*De Idioot*

*(and the Aristocratic Jetski Monsters)*

In het voorjaar van 2013 gaat De Warme Winkel samenwerken met Dood Paard. Op organisatorisch en artistiek gebied voelen we ons verwant aan elkaar. We werken beide collectief, zijn eigenzinnig, radicaal en recalcitrant, maar hebben een tegenovergestelde werkwijze. Het ene gezelschap repeteert rondom de tafel, het andere staat van dag één op de vloer. We zullen tijdens het werkproces elkaars methodes niet schuwen, maar de degens kruisen en de kruisbestuiving die zal optreden hoogschatten. De productie zal op locatie worden vertoond, drie weken in Amsterdam en drie weken in Utrecht.

De roman *De Idioot* van Fjodor Dostojewski dient als uitgangspunt. Dit lijvige meesterwerk uit de Russische literatuur speelt zich af in het jaar 1869 en volgt de figuur Prins Myskin die lijdt aan epilepsie, ook wel idiotie genoemd in die tijd. Na een behandeling van vijf jaar in Zwitserland komt de prins zonder geld aan in St. Petersburg, waar hij geïntroduceerd wordt in de hogere echelons van de St. Peterburgse samenleving. Hij raakt daar vervolgens verstrikt in een hopeloos liefdesdrama.

De scherpe dialogen die vele tijdloze maatschappelijke en politieke thema’s aansnijden en de prachtige beschrijvingen van de kleurrijke figuren en hun duistere beweegredenen maakten ons gelijk enthousiast om deze roman als uitgangspunt te nemen voor een toneelavond. De voorstelling speelt zich af in een jachthaven waar de dikste boten liggen. Daar voeren we een idioot gezelschap op dat decadent boven de samenleving zweeft, dromen achternajaagt in een ultra liberale wereld tot aan de grens van de waanzin en niet om kan gaan met verlies. De *scene* van St. Petersburg dient hierbij tot inspiratie. De adel, rijke ambtenaren, kooplieden en criminelen, allen zullen hun hedendaagse equivalent vinden in de jachthaven. Alle personages (of ze nu een speedboot, jacht, zeilschip hebben of enkel langskomen voor het evenement) zijn individualistisch, materialistisch en egoïstisch ingesteld. Het is een kapitalistische samenleving waar de wet van de sterkste geldt. Prins Myskin, de hoofdpersoon uit de roman, loopt met zijn openheid, naïviteit, eerlijkheid en deugdzaamheid in dit gezelschap rond als een eenzaam hertje in het oerwoud van jetski’s.

Deze productie is een samenwerking met Frascati, Theater Kikker, Festival aan de Werf en de Vrede van Utrecht.De voorstelling wordt 3 weken in Amsterdam en 3 weken in Utrecht gespeeld.

*BOTOX ANGELS* (werktitel)

De samenwerking met de schrijver Rob de Graaf en de toneelspelers Lies Pauwels, Ellen Goemans en Manja Topper was zo inspirerend bij het maken en spelen van *Freetown* dat we deze voortzetten. Het onderzoek naar gender dat in *Freetown* werd ingezet wordt verder uitgediept. De tekst wordt losjes geïnspireerd op *De bittere tranen van Petra von Kant* van Fassbinder. Een toneelstuk dat zich afspeelt in de modewereld waarin een gevierde egocentrische modeontwerpster hopeloos verliefd wordt op een aanstormend vrouwelijk model, dat genadeloos misbruik maakt van de situatie en haar carrière een impuls geeft. Het wordt een fysieke lesbische relatiekomedie over drie vrouwen die niet van elkaar af kunnen komen. Ze hopen nog steeds op een grote gebeurtenis die hun leven ten goede zou kunnen veranderen.  Een voorstelling, over militante vrouwelijke  seksualiteit  binnen een kleine lesbische gemeenschap met veel broeierige dialogen, jaloezie en emotioneel geweld. Archetypen van en clichés over vrouwen en de terreur van het westerse schoonheidsideaal zijn de centrale thema’s. Het wordt een stuk over de mens die het toch weer niet lukt om verder dan z’n eigen universum te kijken.

*Kerstvoorstelling*

In december 2013 presenteert Dood Paard in samenwerking met Theater Kikker een kerstvoorstelling-voor-het-hele-gezin. De voorstelling speelt twee weken in Utrecht en aansluitend twee weken in Amsterdam. Het wordt een groots opgezette, beeldende voorstelling met 4 gastspelers. We hebben Taag Ilbo gevraagd de tekst te schrijven.

Aan de hand van de drie wijzen uit het Oosten wordt de kijker het verhaal ingetrokken. Ze zijn uitgenodigd voor het lichtfeest ergens in het Westen aan zee. Hun reis begint in een klein dorp in India en ze gaan af op het felle licht in het Westen, de lichtvervuiling van de Randstad. Via Afghanistan, langs de Kaspische zee en de hoge bergen van de Kaukasus komen ze langzaam in een parallelle wereld terecht bevolkt door sprookjesfiguren, mythische helden en toneelpersonages, waaronder Schraalhans Keukenmeester, Antigone en een totaal uitgeblust Vadertje Tijd. Al deze figuren hebben in hun lange leven iets onderweg verloren. Ze zijn het zat om keer op keer in alle nieuwe verhalen, verfilmingen en toneeluitvoeringen gebruikt te worden. Ze zijn de aansluiting verloren bij deze tijd waar alles rendement moet opleveren. De fantasie van de mensen staat onder druk en langzaam worden ze schimmen van wat ze ooit zijn geweest. Ze hebben behoefte aan lichtheid en licht. De drie wijzen nemen ze mee naar het feest in het Westen. Daar aangekomen is de verwarring compleet. Het is onduidelijk welk feest er gevierd moet worden. Er lopen verschillende kerstmannen rond in het traditionele rood maar ook in het groen en goud. Het Duitse engelachtige figuurtje, *das Christkind,* is er en de vreemde kerstfiguur Joulupukki uit Scandinavië. De Coca Cola Kerstman is ook gearriveerd, hand in hand met Ronald McDonald. Ze zijn in een eindeloze discussie verwikkeld over hoe het feest moet worden gevierd. Dan wordt er een gigantische gans binnengebracht. Het publiek mag stemmen of de gans in de oven verdwijnt of niet. Als de band arriveert en een punkachtige kerstliedjespotpourri inzet dat eindigt in Gloria in Excelsis Deo barst een onconventioneel feest los waar alle opbloeien op en weer voelen dat ze leven. Er ontstaan liefdes en vriendschappen voor de eeuwigheid. Iedereen sluit een verbond tegen het rendement: de sloper van de fantasie en de dromen. Als het meisje met de zwavelstokjes haar laatste stokje heeft opgebrand is de trip afgelopen en gaat iedereen naar huis.

De kerstvoorstelling wordt een avond over de strijd waarin donker en licht met elkaar verwikkeld zijn door de eeuwen heen. We tonen de behoefte van de mens aan figuren die los staan van de alledaagse draaimolen en ons helpen te fantaseren. Het wordt ook een feest vol slapstick, zang en dans voor het hele gezin. Er zal voor iedereen genoeg te ontdekken zijn op deze kleurrijke avond. We gaan opzoek naar een open vorm die door zijn humor en gelaagdheid geschikt is voor jong en oud. De jonge kijkers krijgen op een uitdagende manier te maken met thema’s als verlies, onvermogen, hoop en anders-zijn. Met de voorstelling laten we ook ons licht schijnen op deze typische maand die gekenmerkt wordt door gezelligheid, hoogtepunten van het afgelopen jaar, tradities, eten en drinken, feestverlichting en commercie. Naast het Kerstcircus in Carré en de kerstkoopavonden is Dood paard een maand lang te zien het theater.

*Antonius en Cleopatra*

Coproductie met Tg STAN uit België. Frank Vercruyssen, Kuno Bakker en Gillis Biesheuvel gaan samen met een gastactrice, die Cleopatra speelt, een bewerking maken en spelen van deze politieke liefdestragedie van Shakespeare. Eén vrouw en drie mannen met macht in strijd met elkaar en hun eigen driften. Een voorstelling over algemeen belang versus persoonlijk gewin.

*De dame met de camelia’s*

*De dame met de camelia’s* (1884) van Alexandre Dumas fils gaat over prostitutie in een burgerlijke en bekrompen maatschappij. Een voorstelling over dubbele moraal en hypocrisie waarin de liefde tussen een jonge man en een prostituee ten onder gaat.

*Improvisatieproject*

Het artistieke trio van Dood Paard wil met dit project de kracht en de beperking van improvisatie onderzoeken. Het is een vervolgonderzoek op de voorstelling *Zelfportret, dat kan geen toeval zijn* uit 2006.

*Mundo Perfeito*

Met dit Portugese gezelschap, onder leiding van Tiago Rodrigues, gaan we in het komende Kunstenplan opnieuw samenwerken. Tijdstip en uitgangspunt zijn nog in onderhandeling.

*Play With Food*

We gaan samen met Frascati *Play With Food* intensiveren. Dit is een project waarbij tijdens een maaltijd in een theaterzaal nieuw geschreven teksten worden voorgelezen. Hieraan heeft Dood Paard al een aantal keer meegewerkt en dit is zo goed bevallen dat we er een één- of tweemaandelijks onderdeel van de programmering van willen maken. Het is een goede gelegenheid om een nieuwe tekst te ontdekken en uit te proberen, het brengt makers en publiek op een informele manier samen en het is een aangenaam voorprogramma voor een avondvoorstelling. Het is daarbij een uitstekende gelegenheid om met nieuwe spelers en schrijvers kennis te maken.

**Stock**

Onder de naam *STOCK* speelt Dood Paard voorstellingen uit eigen repertoire. Het gaat om producties die na de gebruikelijke tournee nog relevant voor ons en het publiek zijn. Het is waardevol om voorstellingen in een andere tijd of context te plaatsen. Bovendien krijgt het publiek langer de gelegenheid om ze te zien en worden er meer mensen bereikt. We halen zo een groter rendement uit de geïnversteerde inspanningen en middelen.

Voor elke *STOCK* zoeken we naar inhoudelijke kaders, zoals bijvoorbeeld *STOCK XENOPHOBIA*, over de angst voor het vreemde, of *STOCK* *Nederland*, over de staat van ons land. In de komende kunstenplanperiode organiseren we één keer per jaar een *STOCK*-week in Frascati. Deze week is als een inkijkje in het hoofd van het gezelschap. We tonen bestaand werk uit onze *STOCK*-collectie en nodigen geestverwanten uit die ons inspireren of met wie we samenwerken. Dat kunnen theatermakers, fotografen, beeldend kunstenaars of filmmakers zijn. Het is een verdieping in Dood Paard voor wie ons al kent en een grondige kennismaking voor wie ons werk nog niet heeft gezien.

De inhoud van *STOCK* ligt niet vast. Er komen nieuwe voorstellingen bij en sommige verdwijnen weer. Op het moment bestaat de collectie uit tien voorstellingen: *Bye Bye*, *Freetown*, *Answer Me*, *The Jew*, *Reigen ad lib*, *medEia*, *Bazel*, *Ritter Dene Voss*, *’t mannetje met de lange lul* en *Wie is er bang voor Virginia Woolf?*

**AMSTERDAM**

Bij de oprichting van Dood Paard kozen we voor Amsterdam als onze thuisbasis. Dat was een voorwaarde sine qua non. En dat is nog steeds zo. Het theater dat Dood Paard maakt, ontleent én biedt veel aan deze veelzijdige stad. De kunstopleidingen waar we lesgeven, de grote aanwezigheid van de creatieve industrie, het internationale karakter, de diversiteit en de nieuwe initiatieven die Amsterdam voortbrengt zijn voor het gezelschap een grote stimulans. Omgekeerd is Dood Paard voor andere stadsbewoners inspiratiebron en referentiepunt. Deze wisselwerking geeft het gezelschap de noodzakelijke stedelijke verankering. Onze vaste werkplek in Frascati versterkt dat nog. Het huis wordt straks intensiever door ons benut: voorleesavonden, kleine experimentele onderzoeken, grote producties die een aantal weken in de grote zaal staan, thema-avonden rond de voorstellingen, reprises en ons repertoireproject *STOCK*.

Als Amsterdams gezelschap voelen we ons ook onderdeel van Europa en de rest van de wereld. Daarom touren we internationaal met onze voorstellingen. Tijdens die reizen exporteren we de Amsterdamse geest en mentaliteit en importeren we nieuwe ideeën en inzichten. Dat is nog sterker het geval wanneer we met een buitenlandse gezelschap coproduceren. Die (Engelstalige) voorstellingen spelen we ook altijd in Amsterdam. Omdat daar een grote expat-gemeenschap leeft, is er een potentieel internationaal publiek voor dit werk. Dat boren we nu al aan door samen te werken met Time Out en Iamsterdam, en via de nieuwe media hebben we contact met verschillende expat netwerken. Bovendien wordt een selectie van ons Nederlandstalig repertoire een aantal avonden Engels boventiteld.

Met een breed palet aan voorstellingen op het repertoire, de vele contacten met andere makers, muzikanten en kunstenaars en een internationale uitstraling zijn we naar onze mening een vaste waarde voor de stad.

Dood Paard speelt 35 voorstellingen per jaar in Amsterdam.

**NEDERLAND**

Onze satelliettheaters Theater Kikker in Utrecht, Theater aan het Spui in Den Haag, de Toneelschuur in Haarlem en de Rotterdamse Schouwburg hebben zich uitgesproken voor Dood Paard als vaste bespeler. In Utrecht en Den Haag gaan we bovendien van 2 naar 4 speelbeurten per productie. In deze vier theaters maken we beurtelings een gelegenheidsvoorstelling, die vervolgens in de andere satellietsteden te zien is. In december 2013 maken we een kerstvoorstelling-voor-de-hele-familie in Theater Kikker, die dat jaar eveneens in Frascati speelt en het jaar erna, in een geactualiseerde versie, in Den Haag, Haarlem en Rotterdam. Daarnaast ontwikkelen we met deze theaters een vast systeem van begeleidende programma’s zoals voor- en nabesprekingen, workshops en kijkjes achter de schermen. Door het versterken en zichtbaar maken van onze band met deze theaters, rekenen we erop dat het publiek in aantal groeit in deze steden.

Naast deze satelliettheaters tonen we ons werk in de theaters in de regio waar Dood Paard al jaren een vaste waarde is. Ook breiden we het aantal speelplekken uit door reprisetournees te spelen van succesvolle voorstellingen waarvoor een breed publiek te vinden is. Deze plaatsen wisselen en we zijn steeds op zoek naar nieuwe reprisetheaters.

Dood Paard speelt 35 voorstellingen per jaar in theaters buiten Amsterdam.

**Internationaal**

Dood Paard toont al jaren zijn werk op internationale podia in Europa en daar buiten. In dit circuit hebben we inmiddels een naam opgebouwd. Het spelen van repertoire in een andere taal en voor een buitenlands publiek met een andere culturele traditie dwingt ons ertoe op een nieuwe manier naar onze voorstellingen te kijken. Het heeft invloed op ons spel en zet ons werk in een breder perspectief. We zijn bovendien trots op het uitgesproken theater dat Nederland voortbrengt en vinden het belangrijk om mensen in andere delen van de wereld hiermee kennis te laten maken.

We spelen gemiddeld 30 voorstellingen per jaar in het buitenland. Dit doen we in samenwerking met internationale festivals en individuele theaters. In 2012 tonen we ons werk op het Festival Theaterformen in Braunschweig, Festival Alkantara in Lissabon, Festival Tempo in Rio de Janeiro en La MaMa Theatre in New York, waar we twee weken lang met drie voorstellingen uit *STOCK XENOPHOBIA* staan. Op al deze plekken leggen we een basis om ons werk internationaal verder onder de aandacht te brengen. We werken daarvoor samen met Menno Plukker Theatre Agent Inc. Voor 2013 hebben we contact met het Spoleto Festival in Charleston (SC) en Wexner Arts Center in Columbus (OH), allebei in de VS. Dood Paard bezoekt elk jaar de IETM en de APAP. Dit zijn netwerkbijeenkomsten voor theatermakers en programmeurs.

Met het gezelschap Mundo Perfeito uit Lissabon hebben we in 2011 de coproductie *The Jew* gemaakt. We zetten de samenwerking voort in de periode 2013-2016.

Dood Paard speelt 30 voorstellingen per jaar in het buitenland.

**FRASCATI**

De verhuizing naar Frascati is een dubbelslag voor Dood Paard op inhoudelijk en financieel terrein.

Inhoudelijk biedt deze overstap nieuwe perspectieven voor ons. We kunnen de band met ons publiek versterken en meer publiek naar ons toe trekken. Onze etalage wordt vele malen beter zichtbaar en biedt meer kansen tot communicatie.

We gaan met Frascati in gesprek over onderdelen van de programmering en Frascati doet op zijn beurt ook voorstellen voor het hernemen of nieuw ensceneren van stukken die passen in een bepaalde context.

We zijn inzetbaar voor het begeleiden van jong talent tijdens projecten in de eindfase van Studio Likeminds, dat ook nauw samenwerkt met Frascati.

De samenwerking met Frascati biedt ons eveneens de gelegenheid om serieus werk te maken van educatie. Tot nog toe was dit arbeidsintensieve werk voor een klein gezelschap als Dood Paard moeilijk te realiseren.

Wat betreft het financiële voordeel kunnen we bezuinigen op kosten als huisvesting, back-office en publiciteit. Zaken als administratie, loonberekening en boekhouding regelen we centraal, net als algemene productionele taken zoals planning en tournee-organisatie. Bij publiciteit zal de samenwerking ook een besparing opleveren als het gaat om inkoop, drukkosten en gezamenlijke campagnes.

Er wordt flexibel met de werkplekken omgegaan. Op die manier verwachten we dat uitwisseling van ideeën en een efficiëntere manier van werken mogelijk wordt.

**Cultureel ondernemerschap**

Cultureel ondernemerschap is geen nieuw begrip voor Dood Paard, wij houden ons hier al jaren mee bezig. Onder cultureel ondernemerschap verstaan wij de volgende werkzaamheden:

*Talent*: de zes werknemers van Dood Paard verrichten veel en uiteenlopend werk waardoor weinig externe krachten nodig zijn. Vergeleken met andere theatergezelschappen kunnen wij hierdoor goedkoper kwalitatief hoogstaande voorstellingen maken. Het ontwerp van het publiciteitsmateriaal, het decor, de kostuums, de vertaling en bewerking en de regie zijn in handen van de leden van Dood Paard. Daarnaast worden spelers uitgeleend voor het spelen in films en televisieproducties, voor lezingen, docentschap en het schrijven van scripts voor televisie en film.

*Frascati*: de overgang naar Frascati levert ons een aantal belangrijke voordelen op: een efficiëntere organisatie, kostenbesparing, betere communicatie met ons publiek en stijging van ons bezoekersaantal.

*Internationalisering*: het opzoeken van de internationale markt als afzetgebied voor onze voorstellingen levert Dood Paard veel op. Het verrijkt de voorstellingen en de makers artistiek en het draagt in belangrijke mate bij aan de eigen inkomsten en publieksaantallen. Het zorgt voor een internationale uitstraling en functioneert als kwaliteitsmerk. We zetten hier dus onveranderd stevig op in.

*Successen uitbouwen*: voorstellingen die geslaagd zijn worden zo lang mogelijk doorgespeeld en op het repertoire gehouden. Daarnaast wordt bekeken op welke manier de voorstelling een tweede leven kan krijgen, bijvoorbeeld als televisiefilm, als tv-serie of als kunstwerk, zoals onlangs gebeurd is met de voorstelling *Freetown* die hergebruikt wordt in een kunstwerk van Nanouk Leopold.

*Private middelen*: Dood Paard richt de Vrienden van Dood Paard op. Deze vrienden doneren een bedrag aan Dood Paard en worden als wederdienst twee of drie keer per jaar uitgenodigd voor *Play With Food*. Daarnaast kunnen belangstellenden tegen betaling een huiskamervoorstelling boeken. We werken aan het verwerven van structurele en incidentele bijdragen van private fondsen en door crowdfunding.

*Verhuren decor en techniek*: Dood Paard beschikt over een groot aantal decors en techniek. Dit materiaal wordt tegen betaling verhuurd aan andere theatergezelschappen, bedrijven of particulieren.

**PUBLICITEIT EN MARKETING**

**Terugblik 2009-2012**

Dood Paard heeft de afgelopen jaren de publiciteit- en marketingactiviteiten geïntensiveerd. Er is extra geld geïnvesteerd in promotie van voorstellingen en de naamsbekendheid van Dood Paard. Daarnaast is er veel tijd geïnvesteerd in goede samenwerking met Frascati, de tourneetheaters, de pers, culturele instellingen, het Amsterdams Uitburo, en medewerkers van andere theatergezelschappen (i.v.m. collectieve marketing). Dood Paard maakt slim gebruik van sociale media, we hebben een nieuwe informatieve website laten ontwerpen die gericht is op kaartverkoop en er worden trailers gemaakt van de voorstellingen. Tenslotte wordt er steeds meer ingezet op maximale zaalbezetting. Onze inspanningen hebben gezorgd voor een stijging van de gemiddelde bezettingsgraad van 67% in 2009 naar ruim 72% in 2011.

Dood Paard heeft in 2011 meer inzicht gekregen in zijn publiek d.m.v. de uitvoering van een publieksonderzoek door EMC-Cultuuronderzoeken. Hierdoor weten wij waar onze kansen en uitdagingen liggen. We hebben 10 actiepunten gedestilleerd uit het onderzoek, waarmee wij ons publiciteitsbeleid nog strategischer kunnen inzetten. Een van de opvallende uitkomsten van het onderzoek tenslotte was dat ons imago bij de bezoekers -artistiek, betrokken, actueel, herkenbaar, toegankelijk, wild, met aandacht voor tekst, intellectueel- overeenkomt met het beeld dat wij zelf hebben van ons gezelschap.

**Vooruitblik 2013 -2016**

In de nieuwe kunstenplanperiode kan de visie op het publiciteitsbeleid van Dood Paard beschreven worden aan de hand van de volgende punten:

*- Voortzetting succesvolle publiciteitsactiviteiten*

In het nieuwe kunstenplan wordt verder gegaan op de weg die is ingeslagen in het vorige kunstenplan. Dood Paard adverteert breed en effectief door middel van trailers op AT5, in de trams en op de site van het Uitburo, is actief aanwezig op Facebook en Twitter, blijft betrokken bij collectieve marketing, heeft een actuele website, onderhoudt goede contacten met de pers, zorgt voor maximale free publicity en de duidelijk herkenbare stijl van zwart/wit posters wordt voortgezet.

*- Nieuwe locatie in Amsterdam*

De verhuizing van Dood Paard naar de Nes zorgt voor een stevigere band met Frascati en een nauwe samenwerking tussen de publiciteitsafdeling en de publiciteitsmedewerker van Dood Paard, die ook één dag per week gaat werken voor Frascati. Hierdoor kunnen wij producties met inhoudelijke overeenkomsten in de publiciteit aan elkaar koppelen. Een deel van het jonge publiek van Frascati bezoekt onze voorstellingen nog niet. Door het organiseren van verschillende activiteiten wordt getracht om deze groep binnen te halen. Voorbeelden hiervan zijn de begeleiding door het artistieke team van jonge theatermakers en het organiseren van *STOCK* Dood Paard, waarin veel aandacht is voor randprogrammering. Ons publiek hecht tenslotte veel waarde aan de locatie waar onze voorstellingen te zien zijn. Door te verhuizen van een anonieme locatie aan de Herengracht naar een theater met drie zalen en een café krijgt Dood Paard een “echte” plek in de stad.

*- Samenwerking*

Dood Paard is een kleine organisatie en een goede samenwerking met zowel de tourneetheaters als collega-instellingen levert Dood Paard veel op. Uit ons publieksonderzoek blijkt dat onze bezoekers zich voornamelijk informeren via de brochure en website van de theaters. Het is van groot belang dat de medewerkers in een zo vroeg mogelijk stadium over informatie beschikken en steeds gevoed worden met nieuwe informatie. Persoonlijk contact speelt hierbij een belangrijke rol. Andere vormen van samenwerking die veel positiefs opleveren voor Dood Paard zijn het organiseren van een publiciteitsoverleg voor kleine gezelschappen, samenwerking met het Amsterdams Uitburo en (lokale) media.

*- Vasthouden huidige publiek en winnen nieuw publiek*

Uit het publieksonderzoek blijkt dat ons publiek bestaat uit ouderen (46+) en oudere jongeren (26-45 jaar), die hoog opgeleid zijn en waarvan een groot deel werkzaam is in de culturele sector. Samenwerking met andere theaters, theatergroepen en festivals, meer aandacht voor educatie en samenwerking met culturele- en opleidingsinstellingen zorgen voor nieuw publiek. Het huidige publiek van Dood Paard moet worden vastgehouden door kwaliteit te blijven bieden, herkenbare en duidelijke communicatie, door het creëren van een virtuele gemeenschap op Facebook, door het instellen van een mogelijkheid tot donateurschap en door het inzetten van onze verhuizing naar Frascati.

**Excellentie en educatie**

Naast educatie houdt Dood Paard zich bezig met excellentie door les te geven in het hoger kunstonderwijs, het begeleiden van jonge theatermakers van Studio Likeminds en Frascati Producties. Pas afgestudeerde acteurs spelen zo nu en dan mee met producties van Dood Paard.

Dood Paard werkt voor iedere voorstelling samen met verschillende middelbare scholen. Per voorstelling zoekt Dood Paard contact met de educatief medewerker van een theater en wordt aangegeven op welke manier de educatie kan worden vormgegeven en voor welke leerlingen de voorstelling geschikt is. De acteurs van Dood Paard bezoeken een klas om het bezoek voor te bereiden of er wordt een voor- of nabespreking georganiseerd in het theater.

De samenwerking met Frascati biedt ons de gelegenheid om nog serieuzer werk te maken van de educatie. In de komende tijd gaan wij met Frascati een educatieprogramma opzetten dat onder andere bestaat uit nauwe samenwerking met een selectie Amsterdamse middelbare scholen en het geven van workshops. Wij maken gebruik van de expertise van de afdeling educatie van Frascati en de mogelijkheden van het gebouw.

**Toelichting op het activiteitenplan**

*1. Nieuwe producties*

Dood Paard maakt de komende 4 jaar 8 nieuwe producties, waarvan 3 coproducties.

*2. Reprises*

Dit gaat om hernemingen en voorstellingen in het *STOCK* project.

*3. Voorstellingen*

Wij gaan uit van 100 voorstellingen en 10.000 bezoekers per jaar.

Ten opzichte van nu is er een lichte verschuiving van produceren naar presenteren.

Wij verwachten een gelijk aantal voorstellingen van 35 in Amsterdam en 35 in de rest van het land te spelen, wat overeenkomt met de kunstenplanperiode 2009-2012. Buiten Nederland spelen we jaarlijks 30 voorstellingen, een reële verwachting op basis van de huidige praktijk.

In het activiteitenplan gaan we uit van een gemiddeld aantal bezoekers in Amsterdam van circa 100, in de regio van circa 75 en internationaal van circa 125 per avond.

**Toelichting op de meerjarenbegroting**

Het nieuwe beleid van het FPK dwingt Dood Paard tot een subsidieaanvraag bij dit fonds die €228.500 lager is ten opzichte van 2011. Grotendeels kunnen we dit zelf opvangen, namelijk tot een bedrag van €141.500. Het resterende tekort van €87.000 dat wij zelf niet kunnen opvangen vragen wij méér aan bij de Gemeente Amsterdam. Zo komen wij op een totale aanvraag bij Amsterdam van €195.000. Wethouder Gehrels heeft in de Hoofdlijnennota aangegeven dat zij tegenwicht wil bieden aan de Rijksbezuinigingen. Zij wil Amsterdamse instellingen in de ‘vrije ruimte’ waar mogelijk uit de gevarenzone houden. Op grond hiervan vragen wij aan Amsterdam deze grotere bijdrage.

Leidend bij de opstelling van de begroting is geweest dat er met minder middelen meer output moet zijn. Dit houdt in: meer eigen directe en indirecte inkomsten en bezuinigen waar mogelijk.

**Baten**

*Publieksinkomsten*:

- gebaseerd op de ervaring van eerdere jaren.

*Overige inkomsten*:

- doorberekende kosten aan de theaters voor reis, transport en verblijf.

- auteursrecht berekend over de publieksinkomsten.

- instellingen die ondersteuning bieden bij buitenlandse tournees, zoals ambassades.

*Indirecte opbrengsten*:

- opbrengsten van verhuur van technisch materiaal, decor materiaal en opslagruimte.

- uitleen van personeel.

- opbrengsten van lesgeven door medewerkers van Dood Paard.

*Subsidie Gemeente Amsterdam*:

- wij vragen een bijdrage in de exploitatiesubsidie van €195.000 (+ €87.000 t.o.v. 2011).

*Overige subsidies uit publieke middelen:*

- structureel: het Fonds Podiumkunsten €414.000 (- €228.500 t.o.v. 2011).

*Bijdragen uit private middelen*

- Dood Paard richt een vriendenclub op en is actief op zoek naar incidentele en structurele bijdragen van private fondsen en crowdfunding.

**Lasten**

*Beheerlasten:*

- Personeel: de zakelijke leiding gaat van 1 naar 0,8 fte.

- Materieel: besparing op huur en op de overige materiële beheerlasten: 25% t.o.v. 2011.

*Activiteitenlasten:*

- Personeel: de personeelslasten activiteiten zijn hoger begroot t.o.v. 2011 omdat we verwachten meer en in langere speelperiodes met gastacteurs te werken (van 1 naar 1,2 fte) en vanwege een hoger percentage pensioenkosten en sociale premies.

- Materieel: de materiële activiteitenlasten zijn aanzienlijk lager. Er worden minder producties gemaakt en ze worden langer doorgespeeld. Kosten en baten van buitenlandse tournees worden scherper tegen elkaar afgewogen. Efficiënter en meer kostenbewust produceren en presenteren leidt tot besparingen op de voorbereidings- en de voorstellingskosten.

**TOELICHTING BIJDRAGE STEDELIJKE AMBITIES**

In 2013 speelt Dood Paard in Amsterdam een kerstvoorstelling die geschikt is voor leerlingen van PO. De rest van het werk van het gezelschap sluit beter aan bij leerlingen van HAVO/VWO.