



# Urban Myth Ondernemingsplan 2013-2016

Januari 2012

## Urban Myth 2013-2016

### Theater in de wijk en de centrale stad met maatschappelijk relevante thema's waarin de allochtone Amsterdammer zich juist wél herkent.

#### Terugblik

Urban Myth is de geëngageerde theatergroep rondom Jörgen Tjon A Fong die sinds 2002 vaste bespeler is van de Amsterdamse Stadsschouwburg. De laatste jaren maakten we producties en theatrale debatten waarin culturele diversiteit, interactie, een losse sfeer, maatschappelijke betrokkenheid en thema's die multiculturele twintigers aanspreken een centrale rol speelden.

#### *Wat is er gelukt?*

Urban Myth was een van de eerste groepen die laveerde tussen gevestigde instellingen en de straatcultuur. We maakten voorstellingen die aansloten op de belevingswereld van multiculturele, grootstedelijke twintigers. We introduceerden nieuwe performers in de Stadsschouwburg die hun achterban meenamen. Zilveren Harp-winnaars Pete Philly & Perquisite hebben bij Urban Myth voor het eerst samen opgetreden, spoken word artist Wonder werkte samen met acteur Hajo Bruins aan een bewerking van Othello. 3FM Award-winnares Giovanca zong en speelde in voorstellingen van Urban Myth. We wisten gemengd publiek te bereiken, van traditionele Schouwburg-bezoekers (*Nachtmis*) tot jong, multicultureel publiek (*The Right Thing*, 1984, *Invisible*). De media reageren veelal positief. Volkskrant: "Zeldzaam gevaarlijk ervaringstheater" (*The Right Thing*). NRC: "Belevingstheater pur sang" (*Lolita*).

De bestorming van de schouwburg kreeg blijvende vorm. Urban Myth werd niet alleen vaste bespeler, ook schreef Jörgen Tjon A Fong in opdracht van de Stadsschouwburg de beleidsnotitie *Culturele diversiteit en de Stadsschouwburg Amsterdam: Theater voor alle Amsterdammers*. Mede daardoor is hij sinds 2011 werkzaam bij het programmeringsteam van de Stadsschouwburg Amsterdam met als specialisatie culturele diversiteit.

#### *Wat is er niet gelukt?*

Ten dele is het gelukt om allochtone doelgroepen aan te spreken en aan ons te binden. Vooral in de begintijd was ons publiek gemengd, reclame voor de voorstellingen ging van mond tot mond, er ontstond een buzz. Maar de laatste jaren is, zoals bij veel theatergroepen die zich op cultureel divers publiek richten, ook ons publiek verwit. Dat is spijtig en een reden om iets aan ons beleid te veranderen. Want de behoefte aan theater dat allochtonen wél aanspreekt, is er nog steeds. In een tijd waar populisme hoogtij viert en stereotypen het beeld bepalen, zal de allochtone Amsterdammer zich steeds minder herkennen in de vertegenwoordiging van Nederland in de media en in de kunst.

#### Wat is er nodig?

Wij willen theater maken met maatschappelijk relevante thema's waarin de allochtone Amsterdammer zich juist wél herkent. Uit onderzoek blijkt dat een van de belangrijkste redenen voor het wegblijven van allochtonen in het theater, gebrek aan identificatie is:

*Wanneer zich men niet kan herkennen in de programmering of wanneer men zich niet kan identificeren met culturele instellingen, resulteert dit in non-participatie. Uit statistieken blijkt dat Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen (TMSA) de vier grootste groepen allochtonen zijn in de Nederlandse samenleving. 40% van hen leeft in de Randstad.<sup>1</sup>*

Urban Myth gaat zich specifiek richten op deze TMSA-doelgroepen. Dit pakken wij anders aan dan de afgelopen jaren, sterker nog: we gooien het roer deels om. We blijven geloven in ons

---

<sup>1</sup> Alles draait om publiek – A. de Kort, S. van Nieuwenhuijzen, A. Joos

standpunt dat theater pas aantrekkelijk wordt als iemand zich erin kan herkennen. We willen we niet alleen de Stadsschouwburg cultureel diverser maken, maar we gaan ook naar de doelgroepen toe. De wijk in, producties maken met input uit de doelgroep zelf.

### **De volgende stap: de wijk in**

We geven een stem aan 'gewone' Amsterdammers. Geen journalisten, politici, opinieleiders en trendwatchers, maar gewone mensen. Naar aanleiding van het thema van de voorstelling laten we de Turkse slager, de Marokkaanse dokter, de Surinaamse politieagent en de Antilliaanse buschauffeur aan het woord. Gespeeld door acteurs klinken de letterlijke woorden van deze mensen op de podia van de wijktheaters en de Stadsschouwburg. De voorstellingen, die voortkomen uit de wijk, zijn laagdrempelig, bezoekbaar voor henzelf en hun achterban. Herkenbaarheid is in eerste instantie belangrijk. Maar misschien nog wel belangrijker is de theatrale context en artistieke kwaliteit die wij eraan toevoegen, om maatschappelijke thema's bloot te leggen. De theaterstijl die we hiervoor gebruiken is Verbatim.

### **Urban Myth introduceert Verbatim in Nederland**

Verbatim is een Britse vorm van documentair theater waarin scripts worden opgebouwd uit de exacte woorden, gesproken door mensen tijdens interviews over een bepaalde gebeurtenis of onderwerp. De citaten uit de interviews worden zo letterlijk mogelijk door de acteurs gebracht, inclusief accenten, spraakpatronen en pauzes.

Een geslaagd voorbeeld van Verbatim in Groot-Brittannië is *The Riots* (2011): De voorstelling had een actueel prangend thema, met verhalen van de mensen om wie het gaat. Het stuk werd gespeeld door acteurs met een cultureel diverse achtergrond en had een indrukwekkende uitwerking op het publiek. *The Riots* ging over de rellen in 2011 in Engeland. Voor de voorstelling werden zo veel mogelijk verschillende betrokkenen geïnterviewd. De slachtoffers, de relschoppers, de politici, de wijkagenten, de omstanders. Door de verhalen in theatrale context te plaatsen, ontstonden dwarsverbanden die invoelbare inzichten gaven in de onderhuidse spanningen en in hoe het zover had kunnen komen. Zowel bij pers als publiek was de voorstelling een groot succes.

Het is in Groot-Brittannië gelukt om door Verbatim nieuwe publieksgroepen met een niet-westerse culturele achtergrond naar het theater te trekken. Verbatim slaagt hierin doordat er een ander vocabulaire op het podium te horen is, en er gerefereerd wordt aan een andere belevingswereld dan de westerse. Criticasters noemden Verbatim in eerste instantie geen kunst, maar sociaalmaatschappelijk werk. Madani Younis, artistiek leider van het Londense Bush Theatre schreef hierover:

*For many years theatre has been seen as the last bastion of the middle classes, yet even through this golden age of change, we can see the ugly head of elitism. Elitism is now described as a philosophical divide between 'pure art' and 'social art'. And social art has been treated by some as the distant cousin who has arrived late, uninvited and unwelcome to Christmas dinner.<sup>2</sup>*

Juist hierom willen we ook theater maken over echte, gewone mensen. We kunnen, door te theatraliseren, grotere verbanden blootleggen en gelaagdheid in een voorstelling aanbrenge. Urban Myth wil verbanden in de maatschappij zichtbaar maken, om zo te zoeken naar nieuwe verbanden.

Inmiddels is Verbatim in Engeland uitgegroeid tot een volwaardige theaterstijl die ook bij grote instituten als het National Theatre avond aan avond volle zalen trekt.

---

<sup>2</sup> Navigating difference, cultural diversity and audience development, M. Younis e.a.

### **Hoe past Verbatim in de ontwikkelingslijn van Urban Myth?**

De kracht van Jørgen Tjon A Fong ligt in het ontregelen van het publiek, nieuwe vormen te ontwikkelen om in een theater verhalen te vertellen, maatschappijkritisch te zijn en de toeschouwers een spiegel voor te houden. Hij wil spelen met fictie en realiteit om zo een bijzondere spanning in het theater te creëren. De zeggingskracht die de vervaging van realiteit en fictie kan hebben, wordt duidelijk uit de volgende twee Urban Myth-producties:

De succesvolle voorstelling *The Right Thing* (2009) was geïnspireerd op de filmklassieker van Spike Lee *Do the Right Thing*. In de voorstelling stonden verschillende vormen van racisme centraal. Vooroordelen en stereotypen over zwarte mensen werden pijnlijk lang uitgespeeld. Aan het eind van de voorstelling veroorzaakten twee Marokkaanse jongens een rel in het publiek, waardoor de acteurs op het toneel besloten met de voorstelling te stoppen. Het publiek wist niet dat deze rel geregisseerd was. Binnen de kortste keren vlogen de racistische uitspraken gericht op de twee Marokkaanse acteurs je om de oren. De racistische stereotypen die zich eerst op het toneel afspeelden werden nu in realiteit door het publiek gebruikt.

Bij de voorstelling *1984* (2010), gebaseerd op het boek van George Orwell, stond het verdwijnen van privacy centraal. De voorstelling was niet alleen eyeopener voor het publiek, ook energieverdeler Alliander vroeg ons te spelen tijdens (internationale) conferenties over de morele verantwoordelijkheid van bedrijven met betrekking tot privacy. Geïnspireerd door het werk Pina Bausch en Jan Fabre waterboardde acteur Wouter van Oord zichzelf op het podium. Waar er in eerste instantie lacherig werd gereageerd omdat zoiets op het toneel toch nooit echt kan zijn, werd de lach in tweede instantie beklemmend toen het publiek zich realiseerde dat het waterboarden niet gespeeld was. Deze vervaging van fictie en realiteit zorgde voor een andere betrokkenheid van het publiek bij de voorstelling. Plotseling werden de toeschouwers gedwongen zich opnieuw te verhouden tot de scene. Wat er op het podium gebeurde, voelde ineens veel urgenter dan toen het nog fictie leek.

In 2011 deed Tjon A Fong tijdens zijn masterstudie in Londen onderzoek naar 'Realiteit' op het toneel. Een groot deel van zijn scriptie ging over verschillende toepassingen van Verbatim. Inmiddels is hij gevraagd om vanaf februari 2012 college te geven aan the University of London op de afdeling Advanced Theatre Practice over *the Art of Reality on stage*.

#### *Proeve Verbatim Urban Myth: Invisible (2011)*

Op die vervaging tussen realiteit en fictie, waardoor meer urgentie ontstaat, wil Urban Myth zich de komende jaren richten, met Verbatim als ideale stijl. Het eerste experiment was de proeve *Invisible* (2011). *Invisible* gaf een stem aan Marokkaanse jongeren en autochtone Amsterdammers die in wijken wonen waar veel Marokkaanse jongeren wonen. Door interviewteksten letterlijk te laten horen en ze te plaatsen in een reële omgeving, het Leidseplein, werd het publiek meegenomen in de belevingswereld van de geïnterviewden. Gevoelens, meningen en angsten illustreerde het beeld dat in de media neergezet wordt van cultureel diverse wijken en jongeren die daarin leven en hoe er door anderen over ze gedacht werd. *Invisible* was qua publieksbereik een succes, maar inhoudelijk nog niet op alle vlakken geslaagd. Positief ontvangen werden de locatie (het Leidseplein) de vorm (het publiek met koptelefoons op het Ajax-balkon en de acteurs tussen de mensen op het plein) en het thema (de positie van Marokkaanse jongens en hun blanke buurtbewoners). Maar het transcriptiemateriaal en de repetitieperiode van twee weken bleken niet toereikend om de gelaagde voorstelling te maken die Tjon A Fong voor ogen had. Wel was duidelijk dat de stijl een uitgelezen kans biedt om de gewone Amsterdammer een stem te geven, en die stem meerwaarde en duiding te geven door een theatrale context te creëren.

## **Samenwerking Urban Myth met drie podia**

Amsterdam heeft nu een, voornamelijk, witte schouwburg en gekleurde buurttheaters. Die gescheiden circuits moeten uiteindelijk worden opgeheven. Door samenwerking tussen Urban Myth en Stadsschouwburg, Podium Mozaïek en Bijlmerparktheater kan een keten van publieksbezoek ontstaan en een uitwisseling van programmering en marketing. De wijktheaters zijn voor onze doelgroep een perfecte opstap, een kennismaking met wat Amsterdam op cultureel gebied te bieden heeft. Vervolgens willen we die groep naar de schouwburg lokken met iets waar zij nieuwsgierig naar zijn en deels al kennen. Alle partijen profiteren van deze samenwerking:

1. Door Urban Myth in huis te halen tijdens het maakproces, presenteren de wijktheaters voorstellingen met een directe worteling in hun wijk. De voorstellingen worden gemaakt voor en met de buurtbewoners. Daarbij staat de artistieke kwaliteit vanzelfsprekend voorop. Omdat de buurtbewoners onderdeel uitmaken van een podium dat hun verhalen vertelt, zal de waardering voor en identificatie met het theater ook toenemen.

2. Het Bijlmerparktheater heeft geringe ervaring in het produceren van voorstellingen. Urban Myth heeft die expertise wel in huis, ook door de kennis die er is bij Bureau Barel waar mee samengewerkt wordt. Op die manier vindt kennisoverdracht plaats.

3. Publieksbereik: het vaste publiek van Urban Myth komt ook naar de Urban Myth-voorstellingen in de wijktheaters, daardoor krijgen de wijktheaters een meer stedelijke functie. De thema's van de voorstellingen en de verhalen van de buurtbewoners trekken ook publiek uit de wijk.

In Podium Mozaïek is het al eerder gelukt om met de tourneevoorstellingen *1984*, *The Right Thing* en *Echte Liefde* het trouwe Urban Myth-publiek naar Bos en Lommer te laten komen. En uit te breiden met nieuw publiek uit de wijk. Mede door de randprogrammering, zoals de Diners Culturels, willen we de betrokkenheid van het publiek bij de voorstellingen vergroten.

4. De Stadsschouwburg wil het komende kunstenplan meer aandacht geven aan cultureel diverse programmering. Daarvoor zijn er het afgelopen jaar al veranderingen in de organisatie aangebracht. Jörgen Tjon A Fong is als specialist culturele diversiteit toegevoegd aan het programmeringsteam. Op de marketingafdeling zijn er voor de benadering van specifieke publieksgroepen deskundigen ingezet. Ook zal de Stadsschouwburg met Podium Mozaïek en het Bijlmerparktheater samenwerken bij het programmeren van internationale voorstellingen in deze wijktheaters. Deze voornemens zijn in hun beleidsplannen opgenomen. De programmering van de jaarlijkse Urban Myth-voorstelling past in dit beleid en brengt jaarlijks de publieksgroepen in de Stadsschouwburg samen. Dit is naast een culturele gebeurtenis ook een *social event* waarbij de schouwburg even het theater van Bos en Lommer en Amsterdam Zuidoost wordt. Een echte STADsschouwburg dus.

## **De producties: Bijlmerpark, Mozaïek en Stadsschouwburg**

### *Cast en crew*

De Verbatim-interviews worden afgenomen door Jörgen Tjon A Fong zelf. Hij heeft o.a. als debatleider al jaren ervaring met interviewen. Naast de doelgroepen die we noemen wordt ook altijd de autochtone Amsterdammer geïnterviewd, voor het dubbele perspectief. Per productie zijn er vier acteurs, van wie drie geschoold en één acteur die in de laatste fase van de talentontwikkelingsketen zit, bijvoorbeeld na het opleidingstraject van DOX of acteurs die voort komen uit de producties van Siberia of Jong Rast.

### *Vormgeving van Verbatim*

De kracht van Verbatim ligt in documentaire, maar dat betekent zeker niet dat de vormgeving ook semi-realistisch moet zijn. In de voorstellingen zal er veel aandacht zijn voor een abstracte vormgeving. We werken samen met videokunstenaar en vj Margot Viverich. Met speciale software abstraheren we beelden uit de wijk te abstraheren tot videodecor.

Binnen Verbatim zijn er ook nog een aantal stijlen te onderzoeken. *Recorded delivery* zoals ontwikkeld door Alecky Blythe, waarin de acteurs spelen met het audioscript in de oren. Tijdens de voorstelling herhalen ze zo letterlijk mogelijk de woorden. Daarnaast de Verbatim-methode van Robin Soans. Deze is gebaseerd op herinnering. De acteurs ontmoeten de geïnterviewden, luisteren naar ze, bestuderen hun bewegingen en proberen dat vanuit hun herinnering zo goed mogelijk te kopiëren. Tot slot onderzoeken we hoe je een bestaand Verbatim-script kunt laten aansluiten op de belevingswereld van een Nederlands publiek in de wijktheaters.

### *Scholen*

Via impresariaat Engelenburg Theaterproducties spelen we de Verbatim-voorstellingen uit Bijlmerpark en Mozaïek op diverse middelbare scholen door het hele land. We hebben hier al ervaring mee met de voorstelling *1984* en *Christiane F.*. De voorstelling wordt altijd gevolgd door een debat en andere vormen van cultuureducatie.

### *Double bill in de Stadsschouwburg Amsterdam*

Urban Myth maakt per seizoen één voorstelling in het Bijlmerparktheater en één voorstelling in Podium Mozaïek. Daarnaast spelen deze voorstellingen één keer per jaar in uitgebreidere vorm in de Stadsschouwburg. De laatste is een *double bill*: zowel de Bijlmerpark-voorstelling als de Mozaïek-voorstelling op één avond. Voor de Stadsschouwburg-voorstellingen wordt gewerkt met een aansprekende cast van bekende namen. De feedback op de voorstellingen in de wijktheaters wordt verwerkt. Enige uitzondering is seizoen 2013-14. Dan speelt alleen *Wat is de Wat?* in een uitgewerkte vorm aan het eind van het seizoen in de Stadsschouwburg.

We willen flexibel op thema's in kunnen spelen. Zoals de voorstelling *The Riots* heeft aangetoond, is het mogelijk door Verbatim prangende actuele kwesties op het toneel te brengen. Mochten er de komende jaren op maatschappelijk vlak bijzondere ontwikkelingen zijn, dan proberen we dat te verwerken in het thema van de voorstellingen

## **Seizoen 2012-2013**

### *Bijlmerparktheater*

#### **Casablanca**

Over de eerste generatie Surinamers in Nederland, die zich in de jaren '60 verzamelden in café Casablanca op de Zeedijk. Geïnspireerd op de boeken *De Parbo Blues* van Tessa Leuwsha en *De Kleurling* van Herman Hennink Monkau. Waar hadden zij mee te maken en hoe werden zij gezien, lang voor de massale immigratie na de onafhankelijkheid in 1975? Zij werden meer gezien als verwanten van de Afro-Amerikaanse jazzmuzikanten zoals John Coltrane, Miles Davis en Charlie Parker. De eerste generatie Surinamers werd beschouwd als exoot, als curiosum. Heel anders dan in de jaren '80, toen de Surinamers als bedreiging werden gezien. Ze waren toen wat de Marokkanen nu zijn. Hoe voelt het om in de publieke opinie zo te moeten switchen, van swingende exoot naar crimineel en drugsgebruiker? Welke parallellen zijn er te trekken naar het hedendaagse imago van de Marokkanen? De interviews voor de voorstelling *Import in Bos en Lommer* in dit seizoen kunnen in het maakproces worden meegenomen.

## *Podium Mozaïek*

### **Import**

Over de eerste generatie Marokkanen en Turken. Ze werden als moderne slaven hierheen gehaald. De droom was: in Nederland werken en daarna teruggaan. Maar de kinderen en vrouwen bleken te willen blijven. Interviews met de inmiddels bejaarde arbeiders, hun vrouwen en hun kinderen. De spanning tussen die twee generaties, de spanningen binnen het huwelijk. Is het een goede keuze geweest hier te blijven voor hun gezin? Samenwerking met IISG en onderzoekers van het Centrum voor de Geschiedenis van Migranten.

Aanvankelijk had de Nederlandse overheid een nonchalante houding tegenover de gastarbeiders. Ze zouden toch wel teruggaan. Dit bleek anders. Vooral de invloed van de echtgenote is hierbij erg belangrijk geweest; de wetenschap dat haar kinderen in Nederland een betere toekomst zouden hebben. Een voorstelling over de tragiek van de man en de ontworteldheid van de gezinnen. Bij veel bejaarde gastarbeiders is het verlangen naar het land van herkomst nooit weggegaan. Zijn er lessen te trekken voor de nieuwe immigranten? Zoals de grote groep Polen die hier ook tijdelijk lijken te zijn?

### **Seizoen 2013 – 2014**

#### *Bijlmerparktheater*

#### **Wat is de wat?**

Geïnspireerd door het boek *Wat is de wat?* van Dave Eggers ben ik benieuwd naar de levensverhalen van Afrikaanse asielzoekers voordat zij in Nederland aankwamen. Interviews met politieke vluchtelingen die illegaal in de Bijlmer wonen. We werken samen met o.a. Jude Kehla, het Kameroense deelraadslid voor de PvdA in Zuidoost, die in zijn boek *De Ongekende Stad 2* uit 1999 de omvangrijke Afrikaanse 'schaduwnetwerken' in de Bijlmermeer beschrijft.

Door *Wat is de wat?* te lezen konden veel mensen zich voor het eerst pas inleven in het leven van een vluchteling. Doordat het verhaal waargebeurd is, voelt het authentieker en echter. Maar het heeft wel nog de veilige afstand: je leest het in je eigen tempo en het blijft een roman. Bovendien speelt het verhaal zich af in Sudan en Amerika. Maar gelden deze verhalen niet net zo goed voor de mensen met wie je hier over straat loopt? Naast wie je woont, met wie je de metro deelt, met wie je afrekent in dezelfde winkel? We kennen asielzoekers uit het nieuws. Die bezorgen overlast en er moet over hun lot beslist worden. Ergens weten we wel dat ze misschien heftige dingen hebben meegemaakt – maar we staan er toch niet bij stil. Deze voorstelling gaat dat veranderen.

## *Podium Mozaïek*

### **The Arab-Israeli Cookbook**

Dit is een bestaand Verbatim-stuk van Robin Soans, de voorloper van de moderne interpretatie van Verbatim. Soans maakte deze voorstelling in 2003 in Engeland over het Israëliisch-Palestijns-conflict waarin verhalen uit de vuurlinie verteld worden terwijl er live op het toneel gekookt wordt. De voorstelling was een groot succes. Voor Urban Myth wordt het een internationale samenwerking met theatergroep Improbable uit Londen, die veel Verbatim-stukken maken. Het stuk wordt in Londen gemaakt met een Britse cast en in Podium Mozaïek met een Nederlandse cast. Regisseur (Tjon A Fong) en dramaturg (van Improbable) zijn in beide voorstellingen dezelfde.

We zien dit als een volgende stap en een experiment in de ontwikkeling van Verbatim. Verbatim wordt in principe nooit heropgevoerd in een andere context, zeker niet in een ander land. Wat als wij dat nou wel doen? Hoe is het om met bestaand Verbatim-stuk te werken, dat zich ook nog in een ander land afspeelt? We willen onderzoek doen naar het succes van de voorstelling in Londen in 2003, en naar hoe het Nederlandse publiek hier op reageert.

## **Seizoen 2014 – 2015**

*Bijlmerparktheater*

### **Blaka Rosoe - we vieren de liefde**

Over de liefde in verschillende generaties, met de nummers van de Surinaamse zanger Lieve Hugo als leidraad. Surinamers uit verschillende generaties in de Bijlmer worden geïnterviewd. We werken samen met een aantal kopstukken uit de Surinaamse gemeenschap die de verhalen voorlezen (als in de Vagina-monologen). Geïnspireerd op de film *O Amor Natural*.

Het cliché over Surinaamse relaties. Surinamers zijn ontrouw, kinderen hebben alleen een moeder en talloze tantes, en een vader die misschien af en toe langskomt, als het hem uitkomt. Hoe verhoudt een jonge Surinaamse vrouw of man zich tot deze stereotypen? Zij zal tienermoeder worden, met verschillende vaders – of juist niet. En hij zal met zoveel vrouwen zijn en elke vorm van ontrouw wordt hem nagedragen als passend in zijn cultuur. Hoe kun je nog een individuele houding aannemen als alles in een culturele context wordt geplaatst? En hoe zit het eigenlijk met Surinamers die per se geen Surinaamse partner willen? En is de Nederlandse standaard van huisje, boompje, beestje wenselijk? De dubbele houding tegenover de clichés is het uitgangspunt voor de interviews. Een genuanceerde voorstelling zonder moraal, maar wel met liefde.

*Podium Mozaïek*

### **Salou Qalbi (Vraag mijn hart) we vieren de liefde**

Over de liefde van verschillende generaties Marokkanen, met de nummers van Oum Kaltoum als leidraad. Oum Kaltoum roept bij alle generaties in de Arabische wereld en met name bij Marokkanen een nostalgisch gevoel op. Waar komt dat vandaan? Waarom is zij, en het lied *Salou Qalbi*, zo belangrijk? Interviews met verschillende generaties Marokkanen in Bos en Lommer. Hetzelfde uitgangspunt en dezelfde methodiek als in *Zuidoost* (Blaka Rosoe) – maar andere doelgroep. Wat zijn de verschillen, wat de overeenkomsten?

Net als bij de Surinaamse voorstelling gaat het over de clichés en hoe de (jonge) mensen zich hiertoe verhouden. Het stereotype beeld van onwetende bruidjes uit het Rif-gebergte en de verwesterde Marokkaanse machojongen. Welke rol speelt traditie nog? Hoe kijken Marokkaanse jongeren naar hun moeder, naar hun vader, naar het huwelijk van hun ouders? De opvatting over religie speelt hier meer een rol dan bij de Surinamers. Volgens welke religie, welke traditie, welke normen en waarden wil de jonge generatie hun kinderen opvoeden?

## **Seizoen 2015 – 2016**

*Bijlmerparktheater*

### **Girlfriend Experience**

Over vrouwenhandel. Geïnspireerd op het boek *Slavinnen van God* uit 2009 van voormalig huisarts, onderzoeker en publicist Nizaar Makdoembaks. Een deel van de talloze migrantenkerken in Zuidoost laat zich, al dan niet moedwillig, in met fraude, mensen- en kinderhandel en prostitutie. Makdoembaks laat zien hoe Nigeriaanse meisjes middels religieuze indoctrinatie (voodooopraktijken) in de prostitutie terechtkomen; en hoe achter de schermen van sommige kerken loverboys en -girls minderjarige en jongvolwassen meisjes gevangen houden in de prostitutie. We interviewen de slachtoffers van vrouwenhandel, hulpverleners, politici en indien mogelijk daders. We werken samen met *Solidariteit Zuidoost*.

Hoe werkt dat schaduwnetwerk van prostitutie en wat is de rol van de talloze migrantenkerken in Zuidoost? Hoe wordt religie als dekmantel gebruikt? Deze vrouwenhandel krijgt weinig aandacht, zeker in verhouding tot het schoonvegen van de Amsterdamse Wallen. En waarom is er voor de leiders van migrantenkerken in Zuidoost minder angst dan voor imams die in moskeeën elders in de stad heftige uitspraken doen?



## *Podium Mozaïek*

### **Thuis**

Over identiteit en mensen zonder vaderland. Voor de voorstelling worden tweede en derde generatie Antillianen en Marokkanen in Nederland geïnterviewd. Op het eerste gezicht zijn er weinig overeenkomsten. Antilianen hebben van oudsher een nauwe band met het ‘moederland’ Nederland. Marokkanen wonen hier pas sinds de jaren '70. Maar over beide groepen is de Nederlandse politiek kritisch. Over de jongens uit beide groepen is gezegd dat ze maar terugmoeten naar hun eigen land als ze zich misdragen. Maar wat is hun eigen land? Het zijn toch Nederlanders? Hoe ontwikkel je een eigen identiteit als je eigenlijk geen vaderland hebt? Hoe ziet de autochtone Amsterdamer op de hoek deze groepen?

Identiteit is niet alleen wat je jezelf aanmeet, maar wordt ook bepaald door hoe andere mensen je zien. Hoe verhoud je je tot die mening van anderen, tot je eigen identiteit? Amsterdam is de stad met de meeste nationaliteiten ter wereld. Waarom voel je je in Londen en New York dan zo veel makkelijker thuis? Is het daar werkelijk veel kosmopolitischer dan in Amsterdam? Tijdens de avond in de Stadsschouwburg staat ontworteling centraal. De mooiste scènes en de meest aansprekende uit de voorstellingen uit de wijktheaters worden samengesmeed tot één voorstelling.

### **Marketing en pr**

Urban Myth heeft in de loop der jaren een trouw en divers publiek opgebouwd dat de weg weet te vinden naar de Stadsschouwburg. Ook is het publiek, door programma's als *de Nachtmis*, uitgebreid en weet het vaste (witte) Schouwburgpubliek ook de weg naar de Urban Myth voorstellingen te vinden.

### *Doelgroep*

De doelgroep van Urban Myth is als volgt geformuleerd: een jong en breed publiek tussen 20 en 35 jaar waarin verschillende subculturen en culturele achtergronden vertegenwoordigd zijn. Er zal een nadrukkelijke focus liggen op de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse, Afrikaanse en Antillianen Amsterdammers (TMSA- doelgroep). De komende jaren staat doelgroepuitbreiding centraal, ook qua leeftijd. Bij de voorstellingen in het Bijlmerparktheater en in Podium Mozaïek is het doel het trouwe Urban Myth-publiek naar de wijktheaters te laten komen (dat is in het verleden al gelukt) en het publiek uit te breiden met nieuw publiek uit de wijken. Bij de voorstellingen in de Stadsschouwburg willen we juist de bezoekers van de wijktheaters naar de centrale stad laten komen.

### *Pre-productie en ontwikkelingsfase*

In deze fase wordt bepaald met het theater welke doelgroep (welke TMSA-subgroep) primair bereikt moet worden. Ook zal de marketingstrategie vastgesteld worden. Bij een aantal voorstellingen wordt er gewerkt met ‘heimwee-marketing’. Hiermee wordt bedoeld: “*Het inspelen op de gevoelens van migranten die willen genieten van een product dat een band heeft met het thuisland*”<sup>3</sup>. Voorstellingen als Salou Qalbi en Blaka Rosoe zullen onder deze noemer vallen. Bij andere voorstellingen worden strategieën ontwikkeld waarbij in de campagnes meer de nadruk zal liggen op de etniciteit van de specifieke doelgroep van de voorstelling. Daarbij houden we altijd het verschil tussen nationaliteit en etniciteit in het achterhoofd. Nationaliteit wil zeggen dat iemand uit een bepaald land komt. Etniciteit daarentegen heeft een meer sociaal-culturele betekenis. Iemand behoort tot een etnische groep als hij zich identificeert met bepaalde gezamenlijke kenmerken. Door de jaren heen zijn er onderzoeken gedaan door het Centraal Bureau voor de Statistiek, het Sociaal Cultureel Planbureau en andere onderzoeksinstituten die zich richten op de TMSA-doelgroepen. Daar zullen we veelvuldig gebruik van maken.

---

<sup>3</sup> Alles draait om publiek – A. de Kort, S. van Nieuwenhuijzen, A. Joos

In deze fase zal ook het verzamelen van verhalen centraal staan, zodat mensen al in het voortraject over de voorstelling hebben gehoord. Hier zal gebruikgemaakt worden van de conversation table-methode van de Britse theatermaker Rajni Shah. Door conversation tables die in winkels of buurtcentra worden opgesteld krijgen mensen de gelegenheid naar aanleiding van het thema van de voorstelling een brief te schrijven. Dat kunnen katebelletjes zijn of hele epistels. De mensen weten dat deze brieven in een voorprogramma van de voorstelling worden voorgelezen (bij Podium Mozaïek bijvoorbeeld tijdens een het Diner Culturel dat regelmatig voorafgaand aan een voorstelling georganiseerd wordt). De ervaring uit Engeland leert dat mensen benieuwd zijn naar de verhalen van anderen en hun eigen brieven, voorgelezen door acteurs, terug willen horen. De voorstellingen van Rajni Shah trokken daardoor een veel breder publiek.

#### *Gedurende het produceren van de voorstelling*

In de uitvoerende fase kunnen publieksgroepen readings en openbare repetities bezoeken. Geïnterviewden kunnen in deze fase zien wat er met hun teksten gebeurt is en de makers van feedback voorzien. Dit doen ze omdat ze nieuwsgierig zijn naar hoe hun verhalen gebruikt worden. Bij Robin Soans en Alecky Blythe is dit een belangrijk onderdeel van het proces. Op deze manier voorzien we de betrokkenen van informatie over de ontwikkeling van de voorstelling en vindt er een vorm van 'kwaliteitscontrole' plaats.

#### *Tijdens de verkoop*

Continue informatievoorziening staat centraal, verspreidingskanalen worden ingezet, en mond tot mond reclame wordt gestimuleerd. Dit alles ongeveer 2 à 3 weken voor de voorstelling. Naast de traditionele middelen zijn de website en sociale media van groot belang. Er zal ingespeeld worden op dan heersende trends en virals. In deze context willen we twee voorbeelden noemen die nu actueel zijn en ingezet zouden kunnen worden als we nu een productie onder de aandacht zouden moeten brengen. Op Facebook waren de pagina's *Je weet dat je een ... bent als...* een groot succes. De bedoeling is dat je op de pagina *Je weet dat je een Surinamer bent als...* herkenbare gewoontes en stereotypen post. Vaak leidde dat tot grote herkenning (en hilariteit) bij de bezoekers. De pagina had duizenden posts en wat als grap begon, ontwikkelde zich tot een forum over belangrijke en minder belangrijke issues. Met medewerking van de beheerders en leden van de pagina zouden we de beste verhalen in een voorprogramma van de voorstelling presenteren, waarbij de schrijvers eregasten zijn. Zij gebruiken hun Facebook-pagina weer om dat evenement te posten. Op die manier wordt een grotere doelgroep bereikt dan via traditionele media. De succesvolle *Shit ... say* virale filmpjes zijn de YouTube-variant van deze pagina. Hiermee zouden we trailers maken.

#### *Gedurende de speelperiode*

We willen een ambassadeurssysteem inzetten om nieuw publiek te werven. Tijdens de speelperiode zullen de geïnterviewden waarop de Verbatim-scripts gebaseerd zijn (en die niet anoniem willen blijven) als ambassadeur fungeren voor de voorstelling. Zij zullen ingezet worden om bij buurtactiviteiten over de voorstelling te vertellen. Daarnaast zullen we een ambassadeurssysteem ontwikkelen waarin prominente Nederlanders met een cultureel diverse achterban een grote rol spelen. Te denken valt aan bijvoorbeeld Noraly Beyer, Tanja Jadnanansing, Denise Jannah, Mimoun Oaissa, Elvan Akyildiz en Orville (Abdul Raheem) Breeveld. Zij zijn allen zeer actief op de sociale media en dat kan van grote invloed zijn op de bezoekcijfers. Ook kunnen zij ingezet worden om in de landelijke media over de voorstellingen te vertellen. Urban Myth heeft in het verleden met deze prominente Nederlanders samengewerkt.

#### *Na de voorstelling*

Na de voorstelling besteden we aandacht aan het publiek door nabesprekingen of discussies. Na iedere voorstelling houden we een publieksonderzoek waarvan de uitkomsten teruggekoppeld worden naar marketing. Stap voor stap worden missie, doelstellingen, doelgroep, aanpak en

middelen onder de loep genomen en worden er wijzigingen aangebracht, zodat alle elementen op elkaar en de doelgroep aansluiten. Dit onderzoek wordt regelmatig herhaald.

#### *Ten slotte*

Het komende jaar gaat Urban Myth diverse scenario's van het marketing & pr-draaiboek ontwikkelen. Op die manier kan er met een stevig fundament per productie maatwerk verricht worden om bij een voorstelling specifieke doelgroep te benaderen, met hulp van stagiaires. Netwerk, mogelijkheden en ervaringen van Urban Myth, de wijktheaters en de SSBA nemen steeds toe waardoor het draaiboek steeds waardevoller wordt. Het is dan ook het doel van Urban Myth om de marketing en pr constant in ontwikkeling te houden door in te spelen op trends, te leren van het publiek en samenwerkingsverbanden uit te breiden.

### **Toelichting op de begroting**

#### *Voorstellingen*

In de begroting is uitgegaan van 3 producties per jaar. Twee daarvan worden elk 8 keer gespeeld in Bijlmerparktheater en Podium Mozaïek en trekken 100 bezoekers per voorstelling. De derde voorstelling (een combinatie van de eerdere 2) staat 2x in de grote zaal van de SSBA en trekt 450 bezoekers per voorstelling. Voor de eerste 2 voorstellingen wordt 4 weken gerepeteerd (ook i.v.m. deels relatief onervaren acteurs), voor de grote zaal voorstelling is de repetitietijd maximaal 3 weken. Voor honorering van acteurs en ondersteunende techniek is uitgegaan van realisatie van de voorstellingen van Urban Myth over de afgelopen jaren.

#### *Zakelijk*

Zakelijke, productionele en marketing ondersteuning wordt op factuurbasis ingekocht bij Bureau Barel, er is uitgegaan van huidig prijsniveau, conform bedragen in de sector.

#### *Inkomsten*

Gezien doelgroep, maatschappelijk belang, uitstraling en niveau van Urban Myth en de voorstellingen is het reëel om per productie circa € 8.500 tot € 12.500 te realiseren bij externe private fondsen. Daarnaast kunnen we rekenen op de recette en coproductiebijdragen van de drie betrokken theaters en kosteloze huisvesting (turn-key) door de SSBA. Daarnaast worden jaarlijks minimaal 25 voorstellingen verkocht in het scholen- en theatercircuit. Op basis van onze ervaringen in de afgelopen drie seizoenen gaan we uit van 25 voorstellingen die een uitkoopsom van € 600 per keer opleveren, waarmee de tournee kostenneutraal te maken is.

#### *Kengetallen*

Met de voorgestelde begroting worden de voorstellingen gerealiseerd voor € 28 per bezoeker, en minder dan € 12 subsidie per bezoeker, met een eigen inkomsten percentage van 59%. Gezien het uitstekende trackrecord van Urban Myth met het realiseren van eigen inkomsten en goed bezette voorstellingen een realistische inschatting.

#### **Bedrijfsvoering**

In de afgelopen kunstenplanperiode is Urban Myth er in geslaagd steeds efficiënter te gaan werken. Zakelijke leiding, productionele ondersteuning en andere functies worden flexibel en tegen lage kosten ingekocht. Repetitieperiodes zijn intensief maar kort, er wordt optimaal gebruik gemaakt van vrijwilligers, goodwill bij leveranciers en op locatie aanwezige props. Daarnaast bereikt Urban Myth dankzij kostendekkende reprises grote aantallen publiek. Het resultaat van deze efficiëntieslag wordt in deze aanvraag volledig verrekend waardoor het aangevraagde bedrag bij DMO maar liefst 42% lager is dan het huidige subsidieniveau (2012).