



Meerjarenbeleidsplan

Kunstenplan 2013-2016

amstel 56-58 | 1017 ac amsterdam

kantoor 020 626 59 17 | kassa 020 624 05 34
www.dekleinekomedie.nl

abn/amro bank 42.22.34.273
btw-nr 0042.74.726.b.01
kvk-nr 33188249

Inhoudsopgave

Inleiding	pagina 1
1. Artistieke en inhoudelijke kwaliteit	pagina 1
2. Zakelijke kwaliteit en cultureel ondernemerschap	pagina 3
3. Positionering en samenwerking	pagina 6
4. Publieksbereik, pluriform aanbod en divers publiek	pagina 6
5. Talentontwikkeling	pagina 8
6. (Inter)nationale cultuurstad van wereldklasse	pagina 9
7. Tenslotte	pagina 10

Inleiding

De Kleine Komedie vraagt voor de Kunstenplanperiode 2013-2016 bij de gemeente Amsterdam jaarlijks € 535.000 subsidie aan als grootstedelijk podium binnen de functionele ruimte op basis van haar:

- specifieke, artistieke en constante kwaliteit;
- bovengemiddeld zakelijk functioneren;
- grote, brede publieksbereik;
- bijdrage, als cabarettempel van Nederland, aan de aantrekkelijkheid van de stad Amsterdam als culturele trekpleister.

Unieke kenmerken van De Kleine Komedie (DKK):

- DKK is toonaangevend op het gebied van cabaret, een van de populairste podiumkunsten in Nederland;
- Met een breed en kwalitatief hoogwaardig aanbod bereikt DKK een gemêleerd publiek en neemt het theater lokaal en nationaal een prominente plek in het culturele veld in;
- DKK is de onmisbare schakel tussen jonge talenten en populaire topcabaretiers;
- DKK is een culturele top ondernemer met over de laatste 2 Kunstenplanperiodes een gemiddelde van:
 - 76% eigen inkomsten tegenover 24% subsidie,
 - een zaalbezettingspercentage van bijna 80% aan betaalde entreekaarten,
 - € 5,00 gemeentelijke subsidie per bezoeker, met bespelers die voor 100% ongesubsidieerd zijn,
 - een efficiënte personeelsbezetting van 17 FTE, inclusief het volledige bar- en avondpersoneel,
 - 110.000 bezoekers per jaar.
 - DKK financierde in 2011 zelf 77% van de ingrijpende renovatie van de publieksruimtes van dit gemeentelijke pand.
- DKK is het oudste theater van de stad en een gezichtsbepalend rijksmonument (in 1786 gebouwd als Théâtre Français sur l'Erwtemarkt).

DKK heeft de afgelopen decennia een consistente programmering gehad op basis van een zorgvuldig opgezet en consequent uitgevoerd beleid. Onze strategie voor de komende jaren is erop gericht de specifieke mogelijkheden en sterke punten van het theater verder te ontwikkelen, rekening houdend met de gemeentelijke beleidsdoelstellingen en flexibel inspeland op nieuwe ontwikkelingen.

1. Artistieke en inhoudelijke kwaliteit

Cabaret is een van de populairste podiumkunsten in Nederland en nergens ter wereld is de cabaretcultuur zo veelzijdig en bloeiend als hier. Het is een typisch Nederlands kwaliteitsproduct en, als het niet zo taalgebonden zou zijn, net zo'n prachtig exportproduct als Rembrandt, Cruijff en oude kaas.

In de visie van DKK laat goed cabaret je niet alleen lachen, maar laat het je ook nadenken en verwonderen. Het neemt de tijdgeest en de maatschappij onder de loep. Cabaretiers gebruiken hun kunstvorm om het maatschappelijke debat te voeren. Het is de meest persoonlijke en directe theatervorm die er is. Er is geen vierde wand; de maker is iemand die de wereld om zich heen observeert, daar iets van vindt en dat direct met het publiek deelt. Het is een hele pure reflectie op de maatschappij.

Door het vermogen te observeren, te reflecteren en die reflectie op een persoonlijke manier direct met het publiek te delen, is het een kunstvorm die er juist ook in deze tijd wezenlijk toe doet. Het is een kwetsbare theatervorm die ontroerend, persoonlijk, inhoudelijk en relevant theater genereert.

De Kleine Komedie is toonaangevend op het gebied van cabaret, kleinkunst en theatermuziek:

- DKK presenteert specifiek die theatermakers die inhoudelijke programma's maken en kwalitatief tot de top van dit genre in Nederland behoren.
- DKK herkent en presenteert daarnaast jonge makers en begeleidt hen op weg naar een groter publiek.
- DKK produceert jaarlijks 3 tot 5 eigen producties die haar topbepelers ondersteunen in hun verdere creatieve ontwikkeling. Programma's waarin cabaretiers, kleinkunstenaars, zangers en schrijvers zich ontwikkelen buiten de geëffende paden om, door met andere partners dan gewoonlijk, uit verschillende disciplines, met andersoortig repertoire, vanuit nieuwe invalshoeken of in een niet voor de hand liggende combinatie van mensen samen te werken.

Er zijn nogal wat verschijningsvormen binnen het cabaret. DKK onderscheidt zich door zich, vanuit haar visie, te richten op inhoudelijk, kwalitatief en ongesubsidieerd makerstheater: de man of vrouw op het podium is ook de maker van het programma. DKK richt zich niet op programma's die door producenten of cabaretiers worden geïnitieerd met als voornaamste doel (commercieel) amusement te brengen.

DKK onderscheidt zich door haar duidelijke profiel:

- DKK brengt avondvullende programma's die ontstaan vanuit de noodzaak van de makers zelf om te zeggen wat ze te vertellen hebben en te tonen wat hen beweegt.
- Een programma in DKK bevestigt niet automatisch wat het publiek verwacht en al weet en gedraagt zich niet naar de smaak en codes van de maatschappij. Het geeft geen antwoorden maar stelt vragen. Het geeft ruimte aan interpretatie in plaats van een afgerond verhaal te vertellen.
- De vorm ontstaat niet met het te amuseren publiek als leidraad in het achterhoofd maar er wordt gezocht naar de uiteindelijke vorm: het programma bouwt zich op door wat het te vertellen heeft.
- DKK programmeert vanuit artistieke normen en stelt eisen aan de oorspronkelijkheid van de programma's en de makers.
- De ambiance is uniek door de grote intimiteit die de zaal aan de makers biedt en de kennis die aanwezig is bij de medewerkers, zowel voor als achter de schermen.

Door de directe betrokkenheid van directie en medewerkers bij de voorstellingen is DKK niet alleen een plek om te spelen maar ook een plaats waar een voorstelling zich ontwikkelen en bewijzen kan. De medewerkers hebben kennis van zaken en zijn zeer betrokken. Van technicus tot kassadame tot barmedewerker: iedereen weet wie er die avond speelt en praat inhoudelijk mee op niveau. Deze persoonlijke betrokkenheid is een wezenlijk kenmerk van DKK en een belangrijk pluspunt voor bepelers en bezoekers.

In DKK wordt veel in serie gespeeld, voor een kritisch, geoefend en geïnteresseerd publiek, waardoor een voorstelling zich in een paar dagen sterk kan ontwikkelen.

Binnen het brede genre 'kwalitatief inhoudelijk makerstheater' onderscheidt DKK een aantal verschijningsvormen, benoemd vanuit de verschillende achtergronden van waaruit het wordt gemaakt:

- Traditioneel cabaret (Youp van 't Hek, Theo Maassen, Jan Jaap v/d Wal, Lebbis, Micha Wertheim, Sanne Wallis de Vries, Ronald Goedemondt)
- Toneelmatig cabaret (NUHR, Wim Helsen, Droog Brood, Schudden)
- Entertainend cabaret (Marc Marie Huijbregts, Plien & Bianca, Dames voor na vieren)
- Verhalend cabaret (Diederik van Vleuten, Wilfried de Jong, Kasper van Kooten)
- Kleinkunst (Maarten van Roozendaal, Acda & de Munnik, Wende Sniijders, Kommil Foo)
- Theaterconcert (Zijlstra, Gerard van Maasakkers, Giovanca, Ricky Koole, Janne Schra, de eigen productie Muzikale Helden)

DKK is de enige en derhalve onmisbare schakel in de keten tussen het kleine, beginnende cabaret (zoals dat te zien is in de kleine zaal van Bellevue) en de populaire topcabaretiers (die langdurig een uitverkocht Carré bespelen). Het bespelen van het podium van DKK is een keurmerk, zowel voor de media en het publiek dat weet dat er de top van het genre getoond wordt als voor de makers die weten dat ze tot die top behoren als ze in DKK worden geboekt.

Binnen de sector wordt DKK algemeen erkend als een toonaangevend podium. Programmeurs van schouwburgen in het land consulteren DKK voor het programmeren van kwalitatieve cabaret-programma's en boeken ongezien de voorstellingen die DKK produceert. Topvoorstellingen die het podium eigenlijk ontgroeid zijn starten hun tournee vaak nog steeds voor hun getrouwe publiek in DKK, om af te sluiten in Carré.

Ook de media zien DKK als maatgevend en inspirerend. Veel voorstellingen gaan in DKK in première, wat voor- en nabeschouwingen oplevert in de schrijvende pers. Cabaretiers nemen graag hun programma's in DKK op ter uitzending op televisie. De cabaretprijzen worden er uitgereikt, wat veel media-aandacht oplevert, en ook de eigen producties van DKK halen regelmatig goed bekeken televisieprogramma's als Pauw & Witteman en DWDD. Met dit laatste programma heeft DKK in Leo Blokhuis een reguliere medewerker gemeen. Hij introduceerde het thema van de DKK-productie Muzikale Helden met succes in DWDD. Het voordeel van deze landelijke media-aandacht is dat DKK ook landelijk bekendheid geniet bij het publiek en zo bezoekers trekt vanuit het hele land.

2. Zakelijke kwaliteit en cultureel ondernemerschap

Het evidente cultureel ondernemerschap van DKK laat zich goed zien in de cijfers met een gemiddelde over de laatste 2 Kunstenplanperiodes van: 76% eigen inkomsten tegenover 24% subsidie, een zaalbezettings-percentage van bijna 80% aan betaalde entreekaarten, 17 FTE (inclusief het volledige bar- en avondpersoneel) en 110.000 bezoekers per jaar.

De stoelen van DKK zijn opmerkelijk laag gesubsidieerd met een gemiddelde van rond de € 5,00 per bezette stoel per jaar aan gemeentelijke subsidie wat tegelijkertijd de totale subsidie per stoel is. Waar de meeste theaters bespelers ontvangen die door het rijk worden gesubsidieerd maken de bespelers van DKK hun programma's zonder enige overheidssubsidie.

Dat maakt een gesubsidieerde stoel bij DKK "good value for money".

Dit bleek onlangs ook uit het onderzoek van Cees Langeveld, hoogleraar economie van de podiumkunsten aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en theaterdirecteur te Breda. Volgens landelijke normen behoort DKK qua cultureel ondernemerschap en prestaties tot de top van de VSCD theaters.

Hoewel DKK met 76% ruimschoots voldoet aan de eigen inkomsteneis zal DKK in het huidige, economisch zware, tijdsgewricht permanent op zoek blijven naar een nog efficiëntere bedrijfsvoering.

1) DKK heeft zich tot opdracht gesteld om tot een sluitende begroting te komen met een subsidievermindering van 10%, dit aansluitend op de gemeentelijke trend bij de met naam genoemde

theaters in de functionele ruimte. Dit zal, gezien de doelmatige bedrijfsvoering, niet meer gevonden kunnen worden in besparingen. DKK streeft de komende jaren naar een trapsgewijze, substantiële verhoging van de eigen inkomsten.

2) DKK heeft de afgelopen jaren een aantal stappen ondernomen om tot een optimale personeelsbezetting te komen. De medewerkers van DKK hebben dubbelfuncties waardoor ze multi-inzetbaar zijn en alle arbeidsuren optimaal benut worden. Bij ziekte of afwezigheid zet men een tandje bij en valt men voor elkaar in. Door deze flexibiliteit kan er altijd doorgewerkt worden in plaats van dat er tijdelijke, duurere, krachten aangetrokken moeten worden. Het aantal medewerkers is minimaal met een maximaal bereik: als je het aantal FTE's van 17 afzet tegen de bezoekersaantallen blijkt dat er met weinig arbeidskrachten een groot publieksaantal wordt behaald en bediend.

3) DKK kan niet besparen door minder avonden te programmeren. Aangezien eigen inkomsten de belangrijkste inkomstenbron is, moet er gespeeld worden om te blijven verdienen. Een avond leeg kost DKK geld in plaats van dat het bespaart.

4) DKK heeft een club zeer trouwe Vrienden verenigd in Stichting Komедie Producties, het aantal vrienden schommelt tussen de 4.000 en 5.000. De vrienden doneren gezamenlijk jaarlijks ± € 65.000, te besteden aan de programmering en het onderhoud van het gebouw. DKK streeft de komende jaren naar een verhoging van de vriendenbijdrage. Het huidige spaartegoed van de stichting zal aangewend worden om de begroting van DKK sluitend te krijgen.

5) DKK is niet alleen stedelijk maar ook landelijk een sterke merknaam. DKK staat in de top 20 van bekendste podia van Nederland (Hendrik Beerda Consultancy, januari 2012) en zal deze goede naam inzetten om sponsorgelden binnen te halen. Het op actieve en creatieve wijze verhogen van inkomsten uit sponsoring, aansluitend op ons 'merk' en met inachtneming van de autonomie van DKK, is een van de speerpunten binnen het beleid voor de komende jaren.

6) DKK heeft een sterk entreprijzenbeleid dat de afgelopen jaren haar vruchten heeft afgeworpen. Wij zagen dat in het 1^e crisisjaar 2009 de bezettingsgraad in de theaters in het land sterk terug liep, terwijl DKK met bijna 87% de hoogste bezetting ooit had. Juist in tijden van crisis wil men kennelijk ontspannen in het theater. En dan kost een musical of toneelstuk vaak een veelvoud van de entreprijs die men bij DKK betaalt.

Naar onze overtuiging zijn het de relatief lage prijzen, ook voor de grote namen, die ervoor gezorgd hebben dat DKK bereikbaar blijft voor alle Amsterdammers en dat DKK beperkt last heeft gehad van de BTW verhoging. Bij DKK kosten de meeste kaartjes minder dan € 20 en zo blijft DKK toegankelijk voor publiek dat op zich nog wel uit wil, maar minder te besteden heeft.

Ook de komende jaren zullen wij ons prijsbeleid handhaven en onze marketing sterk blijven richten op het positioneren van DKK als een theater waar je goede waar voor weinig geld krijgt. Naar onze verwachting zal het verhogen van de entreprijzen geen extra inkomsten genereren. Hoe duurder het kaartje, hoe minder publiek. Bovendien zal bij een verhoging van 5 euro per kaartje, bij een partage van 80/20, netto maar € 0,76 overblijven voor het theater terwijl we wel publieksverlies verwachten bij een prijsverhoging van 25%.

DKK onderzoekt of een vorm van verdergaande prijsdifferentiatie mogelijk is om de voordelen van de zaalopbouw verder uit te baten. DKK heeft momenteel 4 rangen afgestemd op de vorm van de zaal en het publiek ervaart een sterk verschil tussen de goede zitplaatsen en die met slecht zicht.

Onze inspanningen blijven gericht op een breder publieksbereik en een actieve zoektocht naar nieuw publiek.

7) DKK heeft goede contacten met de impresariaten van haar bespelers en de financiële bespelingscondities zijn altijd maatwerk. DKK betaalt geen garantiesommen en hanteert geen algemeen geldende partages maar past de financiële condities op maat aan het gezelschap aan. Entreprijzen en de verdeling van inkomsten en kosten worden in goed overleg en zeer scherp met de impresariaten besproken.

8) Ter verhoging van haar inkomsten uit particuliere sponsoring heeft DKK, als een van de eerste theaters, een ANBI status verkregen en heeft hierin een actieve rol gespeeld bij de Belastingdienst ook t.b.v. de andere theaters in het land.

In 2011 vierde DKK het 225-jarig jubileum van het gebouw onder meer met een grondige renovatie van het voorhuis. Hierbij is de logistiek van het pand verbeterd en zijn de installaties voor de luchtbehandeling en de verlichting vernieuwd, gebruikmakend van de meest geavanceerde duurzaamheidstechnieken.

DKK heeft zelf met een bedrag van € 1.296.481 voor het grootste gedeelte (77%) van de financiering zorg gedragen dankzij de spaaropbrengsten van de jaarlijkse bijdrage van de Vrienden en het trouwe publiek dat jaar in jaar uit in groten getale de voorstellingen bezoekt. Deze verdiensten heeft DKK kunnen reserveren om te investeren in het pand op basis van de intentie van OGA/Hollandais de huur de komende jaren stabiel te houden. De Gemeente Amsterdam heeft aan de verbouwing bijgedragen door, als huiseigenaar, hiervoor de reserveringen te gebruiken uit haar eigen onderhoudsplan.

DKK heeft de verbouwing binnen de tijd en binnen het budget gerealiseerd. Hiermee is een toonaangevend monument in de binnenstad voor de komende periode behouden voor de Amsterdammers, in de functie bovendien waarvoor het ooit werd gebouwd.

Aangezien het Meerjaren Onderhoud Plan sinds de ingrijpende verbouwing niet meer up to date is wordt door DKK en OGA/Hollandais momenteel gezamenlijk het plan herzien. Dit wordt vervolgens aangeleverd bij DMO. We verwachten, dankzij de grote investering afgelopen jaar, de komende jaren lagere uitgaven dan in de oude MOP voorzien waren.

In het Kunstenplan 2008 – 2012 hebben wij geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid aanvullende subsidie aan te vragen voor het huurdersdeel van het onderhoud van ons gebouw omdat wij zelf al, binnen onze eigen exploitatie, hiervoor reserveringen hadden gemaakt. Ook in het nieuwe kunstenplan vragen wij het 1^e en 3^e jaar geen aanvullende subsidie aan voor het huurdersdeel. In 2014 en 2016 vraagt DKK wel een bijdrage aan. Dit betreft uitgaven inzake de vervanging van de trekkenwandinstallatie (€300.000) en de brandmeldingsinstallatie (€45.000). Deze bedragen komen overeen met de MOP zoals deze bekend is bij DMO.

Cultural governance en diversiteit

DKK past de Code Cultural Governance toe en heeft goed notie genomen van de Code Culturele Diversiteit.

DKK wordt geleid door een directeur/bestuurder die wordt gecontroleerd en bijgestaan door een Raad van Toezicht. Deze Raad is samengesteld volgens een duidelijk profiel en bestaat uit mensen met de volgende specialisaties of achtergronden:

- * iemand met kennis van de (gemeente) politiek
- * een jurist
- * een economisch/financieel deskundige
- * iemand met kennis van personeelsbeleid/human resources
- * een creatief iemand, met kennis van marketing
- * iemand met een landelijk netwerk/kennis van het bedrijfsleven.

De cultureel diverse bespeling van DKK genereert een cultureel divers publiek. Bij vacatures, zowel in de publieksservice als in de marketing ten behoeve van de werving van nieuwe publieksgroepen, zal gericht gezocht worden naar medewerkers die hierop aansluiten.

DKK streeft er naar nog in 2012 een werkbaar, op de specifieke positie van DKK afgestemd, diversiteitsbeleid te implementeren. Onlangs is een nieuw lid tot de Raad van Toezicht toegetreden met specifieke kennis op dit gebied.

3. Positionering en samenwerking

DKK is zich sterk bewust van haar positie in het theaterlandschap en is graag een spin in het web van zowel de producerende als de faciliterende instellingen. DKK is actief in een aantal allianties ter optimalisering van haar bedrijfsvoering en artistieke betekenis.

- 1) DKK was in de zomer van 2011 aanstichter en medeoprichter van POOCK: Podium Onderzoek en Ontwikkeling Cabaret en Kleinkunst. Het interdisciplinaire platform is opgericht ter emancipatie en verdieping van dit theatergenre.
In POOCK werkt DKK nauw samen met de directie van de Amsterdamse Toneelschool en Kleinkunst Academie en de belangrijkste cabaretproducenten. POOCK organiseert lezingen en bijeenkomsten voor cabaretiers, kleinkunstenaars, regisseurs, theaterdirecteuren, programmeurs, studenten, recensenten, chroniqueurs, theaterproducenten, theaterwetenschappers en andere geïnteresseerden. Bijeenkomsten ter verbreding van de kennis en het aanbrengen van context. En om met elkaar te discussiëren over de artistieke van het vak, te analyseren wat dat vak behelst en te spreken over de beoordelingscriteria die je daarvoor aanlegt. Iets wat binnen de toneelkunst gemeengoed is maar nog nauwelijks bestaat bij deze variant van de theaterkunst.
- 2) DKK is actief binnen de VSCD, zowel landelijk als regionaal, en is lid van de werkgroep cabaret bij Bureau Promotie Podiumkunsten.
- 3) DKK is de afgelopen jaren initiërend en aanjagend geweest binnen het OAT op het gebied van de theaterlandschappenconferentie en openheid tussen de theaters onderling wat betreft bedrijfsvoering, programmering en samenwerking. De directies van de Amsterdamse instellingen hebben zelf het beste zicht op de feitelijke situatie op het gebied van over- en onderaanbod, beschikbaar aantal stoelen versus mogelijke bespeling, gezamenlijke marketing, interne bedrijfsvoering, afstemming van de programmering en het prijsbeleid. Men moet daar dus met elkaar over spreken en keuzes durven maken. DKK zal deze aanjagende rol de komende jaren continueren.
- 4) DKK heeft een regulier overleg gestart met directies/programmeurs van Theater Carré, Theater Bellevue, De Stadsschouwburg, DeLaMar en De Meervaart op het gebied van afstemming van de programmering, de bedrijfsvoering en mogelijke samenwerking.
- 5) DKK heeft nauw artistiek overleg met Theater Bellevue over de doorgroei van talenten naar DKK.
- 6) DKK heeft regelmatig contact, buiten de boekingsgesprekken om, met haar belangrijkste impresariaten over artistieke, inhoudelijke en organisatorische zaken ter verbetering van de artistieke kwaliteit van de producties, het publieksbereik en mogelijke kostenbesparingen.

4. Publieksbereik, pluriform aanbod en divers publiek.

DKK is trots op de hoge zaalbezetting die langjarig schommelt rond een gemiddelde van 80% aan betaalde entreekaarten.

62% van onze bezoekers is Amsterdammer, 20% komt uit Noord Holland maar ook landelijk geniet het theater grote bekendheid. We hebben publiek uit alle provincies. Mensen zien een avondje uit in DKK als een prettige afsluiting van een dagje Amsterdam, maar men komt er ook speciaal voor naar de stad vanwege de sfeer in DKK. Het predicaat "cabarettempel" wordt zonder relativering als vanzelfsprekend door een ieder gebruikt. DKK staat bij het publiek, bij theatercollega's en in de media bekend om de kwaliteit van het gebodene.

DKK onderkent het belang van buitenlandse bezoekers. Al ontvangt DKK geen buitenlands publiek bij Nederlandstalige cabaretvoorstellingen, de muziekprogrammering is aantrekkelijk voor buitenlandse gasten. Met een aantal hotels in de omgeving heeft DKK arrangementen samengesteld, speciaal ook voor dit publiek.

Op de website van IAmsterdam staat te lezen:

"De Kleine Komедie has an unrivalled reputation for producing and programming theatre, cabaret, comedy, music shows and music theatre of the highest quality."

Wat wordt gevolgd door een overzicht van onze uitgebreide muziekprogrammering.

DKK richt zich actief op het relatiebeheer van de 3 belangrijkste publieksstromen:

- 1) De Vrienden. Zij zijn verantwoordelijk voor 26% van de kaartverkoop en komen gemiddeld 5 keer per jaar naar DKK.
- 2) De vaste klanten. Zij zijn verantwoordelijk voor 14% van de verkoop. Net als de Vrienden kopen zij al in mei en juni kaartjes voor de programma's het volgende seizoen die ze absoluut niet willen missen.
- 3) De losse klanten. Van elke klant die een kaartje koopt worden de gegevens genoteerd om ook deze mensen te kunnen bereiken bij speciaal voor hen interessante programma's.

Alle groepen zijn nauwkeurig geïnventariseerd. We weten waar ons publiek vandaan komt en waar de individuele veelbezoeker van houdt. Zij worden doelgericht benaderd via social media en met nieuwsbrieven over voorstellingen die specifiek binnen hun belangstellingsgebied liggen. Het voortdurend monitoren van onze publieksgroepen is een constant aandachtspunt binnen ons beleid.

DKK geeft geen kortingen en geen vrijkaarten om meer publiek binnen te krijgen. Wij hebben onderzocht dat dit geen nieuw publiek oplevert, alleen eenmalige bezoeken. Bovendien hebben we ondervonden dat mensen die betalen zorgvuldiger zijn in hun keuzes en positiever oordelen over de voorstelling die ze bezochten.

Wat DKK wel geeft is goede en gerichte inhoudelijke informatie om mensen voor haar voorstellingen te werven. De inspanningen van DKK zullen hier op gericht blijven.

Door de mogelijkheid op de website te zien hoeveel vrije plaatsen er nog beschikbaar zijn voor een voorstelling, zien we dat het publiek voor de hardlopende grote namen vroeg in het seizoen al kaartjes koopt. De overige voorstellingen gaan op een veel later moment lopen: zodra we publiciteit genereren in de media of vlak van te voren, als men gaat bedenken wat men die week of die avond gaat doen. We hebben geconstateerd dat men kaarten blijft kopen maar dat die aankoop plaats heeft op een later moment. Dat maakt het voeren van marketing nerveuzer dan voorheen. Onze marketinginspanningen zijn er op gericht te onderzoeken welke publieksgroep we op welk moment op welk specifiek programma moeten attenderen.

DKK heeft een zeer gevarieerd, divers publiek. Op een avond dat Diederik van Vleuten speelt zit de zaal vol met cabaret geïnteresseerd publiek, hoog opgeleid en al wat ouder. Bij Roué Verveer zitten gelijkgestemde dertigers, van Nederlandse of Surinaamse afkomst, die dezelfde perikelen hebben als Roué. Met opvoeden bijvoorbeeld. Of met in Nederland wonen als je uit Suriname komt. Bij Giovanca swingt het Antilliaanse publiek hartelijk mee en probeert het Nederlandse publiek daar niet voor onder te doen. Terwijl het jonge publiek bij Kamps & Kamps of Katinka Polderman zich amuseert met grappen waar hun meegekomen ouders de humor niet van inzien. Waar bij Vet Kindercabaret de ouders soms weer lachen om grappen die dan weer niet aan hun kinderen besteed zijn. En wat te denken van de oudere jongeren bij een buitenlandse all time favorite als The Zombies of bij Guido Belcanto.

Kortom: DKK kent haar bespelers en kent ook het publiek dat daar op afkomt. Dit varieert van uiterst jong tot respectabel oud. Het is afkomstig uit alle regio's van het land en kent een brede culturele diversiteit.

DKK is open en betrokken bij haar publiek. Brieven met klachten of aanbevelingen worden persoonlijk beantwoord en ter harte genomen. Het publiek is trouw en op haar beurt betrokken bij DKK. Dit merken we onder meer weer aan de vele reacties van het publiek bij ons jubileum in 2011. DKK houdt zelf met een continu publieks- & klanttevredenheidsonderzoek goed zicht op haar publiek. Ook heeft DKK meegewerkt aan nationale & lokale onderzoeksverzoeken. Zo heeft de internationale

HBO opleiding Hotel & Facility uit Breda in 2010 een anoniem publieksonderzoek bij ons gedaan. De voornaamste conclusie was dat hun adviezen aan andere theaters bij DKK al worden toegepast. De aanbevelingen gericht op de publieksopvang hebben we ter harte genomen bij onze laatste verbouwing.

We realiseren ons dat het belangrijk is, met het verschuiven van de bespeling en het wijzigen van de Amsterdamse populatie, blijvend te onderzoeken of er nieuwe publieksgroepen te vinden zijn. DKK blijft hier ook de komende jaren in investeren. De eigen productie Muzikale Helden, breed samengesteld zowel in leeftijd en ervaring als in culturele achtergrond, is hier een praktisch en effectief instrument voor.

5. Talentontwikkeling

DKK is sterk gericht op het excellente talent dat we regulier programmeren. Een van de kernpunten van ons beleid is de verantwoordelijkheid die wij voelen voor de artistieke ontwikkeling van die talenten en hun doorstroming naar een groter publiek. Daarvoor hebben we 3 instrumenten:

- 1) De wijze van programmeren. Op het moment dat een maker klaar is voor de stap naar een groter publiek programmeert DKK de artiest en begeleidt deze inhoudelijk in nauw overleg met de impresariaten. Door een beginnend iemand al meerdere dagen te programmeren en publicitair goed te begeleiden kan een breed publiek kennis nemen van de maker.
- 2) Een belangrijk instrument in ons toptalenten programma is POOCK (zie pagina 6). DKK heeft, landelijk gezien, een voortrekkersrol in de beeldvorming over cabaret en het vak. DKK is actief betrokken bij de inhoudelijke reflectie en verdieping van het genre. POOCK is daarvoor het ideale middel: talentontwikkeling voor gevorderden, educatie aan de top van de sector.
- 3) De eigen producties. Sinds 4 jaar produceert DKK programma's die haar toptalenten ondersteunen in hun creatieve en artistieke ontwikkeling. Programma's waarin cabaretiers, kleinkunstenaars, zangers en schrijvers zich ontwikkelen buiten de geëffende paden om, door met andere partners dan gewoonlijk, uit verschillende disciplines, met andersoortig repertoire, vanuit nieuwe invalshoeken of in een niet voor de hand liggende combinatie van mensen samen te werken. Hierdoor ontstaat een programmering die aanvankelijk alleen in DKK te zien is, wat weer nieuwe talenten naar DKK trekt. Dit heeft een verbreding van ons aanbod tot gevolg en trekt weer nieuw publiek.

De basis van de eigen producties is gelegd met Muzikale Helden. We maken daarmee een programma waarin onze oudere muzikale bespelers en kleinkunstenaars een programma maken met jongere muzikanten die uit een ander genre komen en niet bekend zijn met het theaterpodium.

Daaruit ontstaan weer nieuwe ontwikkelingen. 2 Voorbeelden:

* (Inmiddels afgerond) Tjeerd Bomhof speelde over de hele wereld in uitverkochte stadions met zijn popband Voicst. Als gast in Muzikale Helden was het voor hem een verademing dat hij een aandachtig publiek had dat geconcentreerd luisterde naar wat hij te vertellen had. Het jaar daarop hebben we met hem een programma gemaakt waarbij gewerkt is met voor hem nieuwe muzikanten. Het programma werd geregisseerd door Vincent van Warmerdam die met zijn Orkatergeluid ook een nieuwe dimensie mee nam naar DKK. Het programma was een groot succes. De CD die van het programma gemaakt is heeft vervolgens wekenlang op 1 gestaan in de hitlijsten en Tjeerd heeft met het programma door het hele land getourd.

* (Op dit moment) In januari 2012 zingen ouwe rot Nits-zanger Henk Hofstede, de jonge Surinaams-Rotterdamse R&B rapper Phatt, aanstormend jazz talent Ruben Hein, multitalent Thomas van Luyn, de immer muzikaal jonge Fay Lovsky, electropopzangeres Pien Feith en de van origine Surinaamse singer songwriter Sabrina Starke de sterren van de hemel. Publiek en artiesten zijn unaniem: het samengaan van deze talenten levert veel meer op dan de som der delen.

DKK blijft als kern van haar eigen producties verrassende combinaties samenstellen van talenten uit verschillende leeftijdscategorieën met een sterk diverse culturele en muzikale achtergrond.

De eigen producties van DKK hebben weer hun eigen spin-offs: zo speelden Maarten van Roozendaal en Paul de Munnik een maand volledig uitverkocht met een speciaal programma in De Duif toen DKK gesloten was wegens de verbouwing en bereidt DKK momenteel met Muzikale Heldinnen Giovanca (R&B), Hadewych Minis (toneel) en Marike Jager (singer-songwriter) een gloednieuw programma voor.

Op cabaretgebied zet DKK 'Preken voor eigen Parochie' voort. Afgelopen najaar zijn we daarmee begonnen, elk weekend op zaterdag en zondag in De Duif.

Preken voor eigen Parochie heeft nieuw publiek bereikt en nieuwe contacten gelegd met mogelijk nieuwe bespelers voor ons podium.

Uitgangspunt van het programma is de verwantschap tussen de preek en het cabaret: iemand observeert de wereld om zich heen, vindt daar iets van en deelt dat met de toehoorders. Het is een hele pure en persoonlijke reflectie op de maatschappij. De sprekers die we daarbij uitnodigen zijn cabaretiers, schrijvers, sprekers en kunstenaars maar ook mensen die invloedrijke maatschappelijke posities bekleden. De sprekers verkennen hun eigen grenzen, daartoe uitgedaagd door de samenstelling van sprekers van die avond. Met als resultaat dat iemand als Paul Schnabel van het Sociaal Cultureel Planbureau meer grappen maakte dan cabaretier Lebbis. En Lebbis merkte hoe fijn het is even geen grappen te hoeven maken, om die ervaringen vervolgens te gebruiken in zijn soloprogramma voor doodstille momenten waarop je een speld kon horen vallen in DKK.

Preken voor eigen Parochie levert nieuwe verrassende bespelers op voor DKK. Een van de prekers dit jaar, gelauwerd theatermaakster Laura van Dolron, was zo geïnspireerd door deze directe wijze van communiceren en publiekscontact dat DKK in 2013 een cabaretvoorstelling met haar gaat maken. Een ander voorbeeld van toptalent dat zijn werkterrein verlegt is Hans Aarsman. DKK maakt met hem in het voorjaar van 2012 een theatrale vertaling van de Aarsman Collectie uit De Volkskrant: De Aarsman Projectie. Daarnaast blijft DKK jaarlijks in de Boekenweek een literair programma maken met schrijvers, dichters en kleinkunstenaars.

Cultuureducatie

DKK doet mee met de jaarlijkse kunstschooldag en bij Engelstalige programma's gaat DKK een samenwerking aan met middelbare scholen. Ook is er jaarlijks regulier bezoek van een aantal Vlaamse scholen en ontvangen we schoolklassen uit Amsterdam. Op aanvraag zijn, voor een aantal programma's, lesbrieven en educatiemateriaal beschikbaar. Cultuureducatie is vooralsnog geen speerpunt binnen het beleid van DKK.

6. (Inter)nationale cultuurstad van wereldklasse

Cabaret en kleinkunst is een typisch Nederlands kwaliteitsproduct en als het niet zo taalgebonden zou zijn, een prachtig exportproduct. Nergens ter wereld zie je cabaret of kleinkunst zoals dat hier gemaakt wordt en met haar programmering draagt DKK daar wezenlijk aan bij. Lokaal, regionaal en nationaal geniet dit Amsterdamse rijksmonument dankzij deze programmering grote bekendheid. Nederlandse cabaretiers die het aandurven de grens over te gaan, zoals Micha Wertheim en Hans Teeuwen, trekken uitverkochte zalen en krijgen unaniem uitzonderlijk lovende recensies. DKK onderzoekt of dit soort voorstellingen een regulier onderdeel kan worden van haar programmering om zo ook toeristen en de grote groep expat-Amsterdammers kennis te laten nemen van dit genre. De muziekprogrammering van DKK op maandag en dinsdagavond is minder taalgebonden en toegankelijk voor een internationaal publiek. Daarnaast programmeert DKK internationaal muziektheater en de top van het Vlaamse en Zuid Afrikaanse cabaret. Op jaarbasis zijn circa 45 voorstellingen in DKK geschikt voor internationaal publiek.

7. Tenslotte

De subsidiëring van de kunsten is in Nederland zo geregeld dat de gemeenten zorg dragen voor de accommodaties en het rijk voor de programmering. In de Hoofdlijnennota laat Amsterdam zien wel de verantwoordelijkheid te willen nemen voor allebei en toont ze haar betrokkenheid door te kiezen voor een volledige keten in alle disciplines.

DKK is geworteld in een lange traditie. Het past bij de ambities van Amsterdam dat er een gespecialiseerd theater is voor kwalitatief, inhoudelijk cabaret en kleinkunst. Vanuit haar specialisatie heeft DKK een wezenlijke relatie opgebouwd met haar bespelers en kan daardoor veel meer zijn dan een willekeurig speelplek voor passanten. DKK heeft een goede naam en een breed netwerk en verzilvert dat voor de stad en het publiek. De hoge zaalbezetting en het hoge percentage aan eigen inkomsten zijn daar het directe gevolg van.

Volgens de Hoofdlijnennota prevaleren gecombineerde aanvragen van instellingen en hun bespelers. DKK kan daaraan niet voldoen. Haar bespelers zijn al voor 100% ongesubsidieerd en zelf ondernemend, met een groot publiek voor hun kunsten, zonder een knieval te maken voor de gemiddelde smaak van het publiek. Zij zijn dus al de beoogde theatermakers nieuwe stijl. Die kan je niet overal zo maar neer zetten: zij hebben een plek nodig als DKK om te kunnen spelen en zich te kunnen ontwikkelen.

DKK wordt direct noch indirect door anderen gesubsidieerd dan de gemeente Amsterdam. DKK heeft weliswaar een groot zelfverdienend vermogen maar kan het niet zonder een relatief bescheiden bedrag aan subsidie stellen. De subsidie van de stad is de smeerolie van onze hoge mate van zelfredzaamheid en onmisbaar tussen de raderen van een zorgvuldig opgebouwde machinerie.

De huidige exploitatie levert niet alleen een belangrijke bijdrage aan de (ontwikkeling van) de podiumkunsten, maar vormt ook een garantie voor de kwalitatieve instandhouding van een belangrijk monument, zoals de verbouwing in het laatste lustrumjaar heeft aangetoond.

Subsidiering van DKK is voor de stad een efficiënte manier om het gebouw te exploiteren.

Görgün Taner adviseerde de gemeente om Amsterdam niet alleen als centrum van erfgoed te promoten, maar traditie te verbinden aan hedendaagse kunst en cultuur en aan waarden als tolerantie, openheid en vrijheid.

Nergens wordt zo actueel en gedifferentieerd een maatschappijvisie getoond als in het oudste theater van de stad. Wij hopen van ganser harte dat we dit met steun van de gemeente Amsterdam de komende jaren kunnen blijven doen.