

**Grand Theatre
Beleidsplan 2021 – 2024**



Inhoudsopgave

Samenvatting.....	3
Inleiding.....	4
Visie en missie	5
Doelstellingen.....	6
Programmeren.....	7
Ontwikkelen	10
Verbinden.....	12
Publieksbereik	13
Organisatie en werkgeverschap.....	15

Samenvatting

Grand Theatre heeft na de doorstart in 2016 hard gewerkt aan een stabiele organisatie. Dat heeft zijn vruchten afgeworpen. Groningen staat weer op de speellijsten van nationaal toonaangevende gezelschappen. Voorstellingen en activiteiten worden goed bezocht en het theater biedt plaats aan veel lokaal talent om te werken aan nieuwe projecten en zich met steun van het kernteam van Grand Theatre te ontwikkelen.

Grand Theatre werkt vanuit drie pijlers: programmeren, ontwikkelen en verbinden en hanteert de volgende doelstellingen:

- Grand Theatre behouden als centrale plek in het Noorden voor het tonen van toonaangevende, onafhankelijke podiumkunsten
- Grand Theatre herpositioneren als productiehuis voor residentie- en coproductie-activiteiten. Daarbij werken we samen met ervaren en succesvolle makers en bieden mede daardoor een ondersteunende en inspirerende omgeving voor nieuwe generaties.
- Organisatie en financiën stabiliseren in een nieuwe, duurzame en flexibele werkwijze en structuur.
- Het profiel van Grand Theatre bevestigen als een belangrijk referentiepunt in het Noorden, in Nederland en Vlaanderen en binnen een bredere internationale context.

We onderscheiden twee belangrijke doelgroepen voor onze programmering:

- Theaterliefhebbers: Mensen die een uitgesproken interesse en voorliefde voor de podiumkunsten hebben. Een groep die goed op de hoogte is van de ontwikkelingen binnen het landschap en actief op zoek gaan naar het aanbod.
- Cultuurliefhebbers in brede zin: Mensen die affiniteit hebben met cultuur in het algemeen. Deze groep onderneemt dikwijls culturele activiteiten als het onderwerp hun aanspreekt of als ze het gevoel krijgen iets niet te kunnen missen.

De ambitie is om een breed theater te zijn. Dat vraagt om een innovatieve houding die past bij een culturele en sociale onderneming, inclusief bijhorende nieuwe vormen van samenwerking en financiering.

Inleiding

Grand Theatre bruist weer. Op een doordeweekse dag zit het café vol met betrokkenen uit de culturele sector, die met elkaar in gesprek zijn over nieuwe of gezamenlijke projecten, terwijl elders in het pand gewerkt wordt aan nieuwe producties. 's Avonds ziet een nieuwsgierig en vaak jong publiek een uitdagende en inspirerende voorstelling. Grand Theatre verbindt zich op deze manier vanuit het hart van Groningen met de omgeving; een moederschap waar elke dag mensen samenkomen om elkaar én ons welke positie (het) theater heeft in de stedelijke samenleving.

Dit is een beeld dat drie jaar geleden haast ondenkbaar was, na de turbulente periode rond Grand Theatre. In september 2016 nam Stichting Grand Futura de exploitatie en programmering over en gaat met een vrijwel volledig nieuw team, onder leiding van een nieuwe directie bestaand uit Mark Yeoman (artstiek) en Niek vom Bruch (algemeen) aan de slag met de volgende doelstellingen:

- Grand Theatre behouden als centrale plek in het Noorden voor het tonen van toonaangevende, onafhankelijke podiumkunsten
- Grand Theatre herpositioneren als productiehuis voor residentie- en coproductie-activiteiten. Daarbij werken we samen met ervaren en succesvolle makers en bieden mede daardoor een ondersteunende en inspirerende omgeving voor nieuwe generaties.
- Organisatie en financiën stabiliseren in een nieuwe, duurzame en flexibele werkwijze en structuur.
- Het profiel van Grand Theatre bevestigen als een belangrijk referentiepunt in het Noorden, in Nederland en Vlaanderen en binnen een bredere internationale context.

We kijken met trots naar de resultaten tot dusver. Met jaarlijks zo'n 30.000 bezoekers bij 250 activiteiten zijn we een belangrijk podium in de stad en met onze programmering spelen we een belangrijke rol binnen het landelijke vlakkevloerencircuit. De toekenning van een Subsidie Reguliere Programmering van Fonds Podiumkunsten voor de komende jaren en de toetreding van Grand Theatre tot de landelijke basisinfrastructuur bevestigt deze positie. We zijn de spin in het web voor de talentontwikkeling in de hele regio. Als facilitator en centraal huis van het netwerk Station Noord fungeren als Cultuurpijler Talentontwikkeling en staan we met raad, daad en faciliteiten voor een nog veel bredere groep makers dan in een formeel ontwikkelingstraject aan ons is verbonden. We zijn terug op de kaart, maar we zijn er nog zeker niet!

Niek vom Bruch
Directeur

Visie en missie

Kunst en cultuur zijn wezenlijke onderdelen van een dynamische en gezonde (stedelijke) samenleving. Deze samenleving verandert snel. Maatschappelijke thema's en veranderingen worden door kunstenaars op nieuwe manieren bespreekbaar en invoelbaar gemaakt.

Ze leveren met hun werk en verhalen een bijdrage aan de ambitieuze stad, die met alle aanwezige diversiteit van inwoners naar zichzelf en naar de toekomst durft te kijken.

Grand Theatre is een maatschappelijke organisatie met een artistieke inhoud. We programmeren en ontwikkelen toonaangevende podiumkunst en verbinden die op vele manieren met de directe maatschappelijke omgeving. Diversiteit van verhalen en van bezoekers is het uitgangspunt. Samen met publiek, lokale creatieven, maatschappelijke partners, en beginnende en ervaren kunstenaars zoeken we naar nieuwe gedachten, verbanden en werkwijzen om professionele podiumkunsten waardevol te maken voor de inwoners van Groningen en Noord-Nederland. Daarbij treden wij ver buiten de grenzen van ons fysieke theater.

Doelstellingen

Voor de komende beleidsperiode richt Grand Theatre zich op de taken als podium voor de stad en op het flink uitbreiden van de activiteiten als ontwikkelinstelling binnen de landelijke basisinfrastructuur, samen met de partners van Station Noord.

Voor de komende jaren zijn onze centrale doelstellingen:

- Meer ruimte voor voorstellingen van de vaste waarden van de Nederlandse theater- en dansgezelschappen, om Groningen weer terug te krijgen op de landelijke speellijsten.
- Publieksuitbreiding door sterke inhoudelijke marketing en meer publieksonderzoek.
- Versterken en uitbreiden van de talent ontwikkelings-, residentie- en coproductieactiviteiten als Ontwikkelinstelling, in nauwe samenwerking met Station Noord
- Investeren in de Fair Practice, professionaliteit en stabiliteit van de organisatie.

We onderscheiden als Grand Theatre drie verschillende taken die financieel uit elkaar getrokken zijn maar in de praktijk met elkaar verbonden: Programmeren, ontwikkelen en verbinden.

Smart doelstellingen

Programmeren:

- 20 voorstellingen extra per jaar van 'vaste waarden'
- 10 extra jeugdvoorstellingen en meer contextactiviteiten
- Structureel ruimte voor nieuwe diversiteit

Ontwikkelen:

- 4 trajecten per jaar van jonge makers binnen Grand Theatre Ontwikkelinstelling
- 10 residenties van lokale makers per jaar
- 10 residenties van makers van elders
- (Inter)nationale residenties ook op andere plekken in de stad

Verbinden:

- Het bieden van (fysieke) ruimte aan meerdere clubhuizen
- Het ontwikkelen van meerdere artistieke producten binnen het project Rangen en Standen
- Het verbreden van ons publieksbereik binnen en buiten de stad Groningen

Programmeren

Voorstellingen

Grand Theatre wordt meer en meer de vooruitstrevende en dynamische plek waar bezoekers komen om gestimuleerd te worden tot nadenken en meningsvorming. We doen dat met behulp van onze programmering en de vele andere activiteiten die bij Grand Theatre een podium vinden.

Uit de grote hoeveelheid kwaliteitsvoorstellingen kiezen we de beste, die passen bij de Groningse bezoekers. Judith Blankenberg heeft als voormalig programmeur bij Festival De Keuze van de Rotterdamse Schouwburg een goede blik ontwikkeld voor kwalitatief, verrassend en divers aanbod. Zij zoekt naar voorstellingen en makers die zich nadrukkelijk verbinden met de maatschappelijke omgeving, die ons hart én hoofd aanspreken, die uitdagen in plaats van bevestigen en zowel uitgesproken zijn, als bewust en gevoelig. Vooral zoeken we makers die vormvrij denken en zich dus niet laten beperken door disciplinehokjes. We kiezen nadrukkelijk niet enkel voor de premières, maar brengen regelmatig succesvolle voorstellingen terug naar Groningen.

We bieden daarmee een belangrijke aanvulling op het grootschaliger aanbod in Groningen. Voor publiek, maar ook voor de beginnende makers in de stad, geeft dit aanbod een uitdagende context en referentie om actuele artistieke ontwikkelingen te blijven volgen.

We vinden het van belang dat gezelschappen een band kunnen opbouwen met het publiek en daarom laten we een aantal gezelschappen regelmatig terugkeren in onze programmering, naast gezelschappen van wie we incidenteler werk kunnen tonen. Voor de gezelschappen die we programmeren bestaat in Groningen een loyale en betrokken achterban, die hun werk vaker zou willen zien. Andersom is Grand Theatre voor veel gezelschappen een van de favoriete podia: een podium waar de technici na het opbouwen op de tribune zitten om de voorstelling te zien en waar een nieuwsgierig publiek komt kijken. De afgelopen jaren hadden we financieel echter beperkte ruimte om voorstellingen te programmeren. We constateren ook dat Groningen te vaak ontbreekt op de speellijsten van gezelschappen die het gezicht van het Nederlandse theater medebepalen. Grand Theatre is de aangewezen plek in Groningen om dit kleinschaliger werk te tonen.

Jeugdprogrammering

Grand Theatre besteedt veel aandacht aan een goede jeugdprogrammering. Het belang van kunst in de opvoeding van kinderen kan niet genoeg benadrukt worden. Culture activiteiten stimuleren algemene cognitieve vaardigheden en dragen bij aan communicatieve en sociale vaardigheden, zoals samenwerken, empathie en zelfvertrouwen. En onze ervaring leert: kinderen vinden theater ook gewoon erg leuk!

Ook voor ons is er niets zo mooi als een zaal vol kinderen die stil en aandachtig naar een uitdagende voorstelling kijken. Wij zijn ervan overtuigd dat dit de nieuwsgierigheid van kinderen vergroot en tot ervaringen leidt die zij lange tijd met zich meedragen.

Onze jeugdvoorstellingen zijn zowel school- als vrije voorstellingen. We werken nauw samen met huisgezelschap Het Houten Huis, met wie we ook schoolvoorstellingen binnen het gemeentelijke Cultuurmenu aanbieden. De vrije jeugdvoorstellingen bundelen we in

jeugdfestivals tijdens de korte schoolvakanties, in samenwerking met SPOT. We programmeren voorstellingen van de landelijk beeldbepalende gezelschappen.

Het niveau van het jeugdtheater in Nederland en Vlaanderen is hoog en de belangstelling hiervoor in de vakanties groot. De programma's vullen we aan met allerlei activiteiten in het pand, zoals met het succesvolle programma Tussen Kunst en Kids, waarin de Benedenzaal verandert in een vrolijke speeltuin, waar jonge kinderen gekoppeld aan een thema kunnen spelen, chillen en denken, samen met kunstenaars en een filosoof.

De afgelopen jaren was het aantal voorstellingen per festivaleditie noodgedwongen enigszins beperkt. Het aantal voorstellingen willen we op jaarbasis met tien verhogen, zodat we elke vakantie een steviger programma kunnen bieden. Daarbij vinden we het van belang om ook voorstellingen van spraakmakende Vlaamse huizen als de Kopergieterij, het Paleis en Fabuleus in Groningen te tonen. Het kwalitatieve aanbod én de publieke belangstelling rechtvaardigen de extra inzet in onze ogen. Gezien het grote belang dat we hechten aan cultuureducatie willen we ook investeren in de kwaliteit van de overige activiteiten: elk festival een editie Tussen Kunst en Kids en elke voorstellingsdag een aanvullende educatieve activiteit.

Lokaal talent, jonge makers

We blijven een belangrijke plek voor lokaal talent om hun werk te tonen. Dit zijn vaak beginnende makers van Grand Theatre of Station Noord die nieuw werk creëren. Binnen onze eigen programma Unfinished Business, de Urban Sources in samenwerking met Urban House en het jaarlijkse Noorderlingen Wijd Open bieden we ook een podium aan lokaal talent dat niet in een ontwikkelingstraject zit. Initiatieven als Bab Ad-daar van Ahmad Abdulwahab en New Life Choir tonen zich in Grand Theatre voor een groot en breed publiek. Daarbij ondersteunen we in productie, marketing en techniek.

Om deze makers én het geïnteresseerde publiek in de stad ontwikkelingen in het theater- en dansveld te tonen is het zeer waardevol om ook werk van nieuwe makers uit andere delen van het land te tonen. Daarom programmeren we regelmatig werk van collega ontwikkelplekken als De Nieuwe Oost, Korzo, Productiehuis Rotterdam, Frascati en De Toneelschuur. We nemen deze voorstellingen op in de maandverhalen en als volwaardig onderdeel in onze programmering. Elk jaar zijn we samen met Random Collision een podium voor de nieuwe landelijke dansgeneratie in het programma Moving Futures. Met collega podium De Nieuwe Vorst in Tilburg staat een nieuwe Noord-Zuidlijn gepland, waarbij we talenten op elkaars podia een plek bieden. We willen onderzoeken of een dergelijke directe programmerings samenwerking effectief is.

Tot slot zullen we ons aansluiten bij De Coproducers, een gezamenlijk initiatief van verschillende Nederlandse vlakkevloerpodia om gezamenlijk te investeren in de ontwikkeling en marketing van meer risicovolle producties. Daarmee tonen we werk van Nederlandse makers en tegelijkertijd zetten we ons in om ook Noordelijk talenten dat aan die volgende stap toe zijn in dit circuit te laten spelen.

Amateurweek

Grand Theatre presenteert in beginsel werk van professionele podiumkunstenars. Centraal gelegen aan de Grote Markt en met een prachtige zaal zijn we echter ook een aantrekkelijke plek voor het bloeiende amateurgerechtigd uit stad en ommeland. We vinden het belangrijk om ruimte voor de liefhebbende podiumkunstenars te bieden. Daarvoor organiseren we jaarlijks in juni de Grand Theatre Amateurweek. Gezelschappen melden zich daarvoor aan en wij maken een diverse selectie van gezelschappen die profijt willen hebben van onze professionele context om hun eigen werk op een hoger plan te tillen. Dat varieert van een ambitieuze musicalgroep tot het jaarlijkse optreden van improviserende spelers met niet-aangeboren hersenletsel. We stimuleren betrokkenheid bij de groepen onderling en met Grand Theatre door een gezamenlijke aftrap enkele maanden voor de voorstellingen. Vervolgens krijgen groepen productionele en technische ondersteuning en advies op het gebied van marketing en communicatie. Tot nu toe levert dit avonden op waarop de groepen stralen in onze Benedenzaal, voor volle tribunes.

partners en festivals

Grand Theatre werkt samen met een aantal vaste culturele partners in Groningen. Met hen is over de jaren heen een nauw inhoudelijk samenwerkingsverband opgebouwd. Ook kunnen we, door kosten en/of inspanningen te delen, veel extra doen en daardoor ons reguliere aanbod verrijken. Bijvoorbeeld:

- Het Houten Huis speelt hun meeste vrije- en schoolvoorstellingen in Groningen in Grand Theatre
- Stichting Prime organiseert naast het jaarlijkse festival soundsofmusic ook concerten gedurende het seizoen, waarbij ze vaak ook andere partners betrekken
- In samenwerking met Grand Theatre vindt jaarlijks het festival Urban Sources van Urban House plaats
- Vooropleiding De Noordelingen organiseert jaarlijks Wijd Open
- Clash organiseert elk jaar hun festival onder andere in Grand Theatre
- Met SPOT organiseren we de jeugdfestivals.

Daarnaast zijn we jaarlijks een belangrijk basis voor een aantal vaste festivals:

- Eurosonic
- IFFR in Groningen
- Noorderzon Festival
- Soundsofmusic
- Jonge Harten

Ook kleinere festivals weten ons te vinden voor ondersteuning en als plek voor hun activiteiten, zoals de World Story Telling Day. De open houding naar zowel de gevestigde, grotere partners in de stad, als de kleinere beginnende organisaties, is voor Grand Theatre een belangrijk uitgangspunt.

Ontwikkelen

Station Noord

Grand Theatre is de facilitator in talentontwikkelingsnetwerk Station Noord en heeft daardoor nauwe banden met de overige netwerkpartners in Noord-Nederland. Onze gezamenlijke missie is om door talentontwikkeling het artistieke klimaat in Noord-Nederland te versterken. In de afgelopen jaren heeft dat al de nodige successen opgeleverd en zien we een hechte en diverse *scene* van jonge kunstenaars vormen die vanuit het Noorden werkt en de wereld als veld ziet.

Grand Theatre Ontwikkelinstelling

Grand Theatre ondersteunt makers en producenten bij het produceren van nieuw werk, maar produceert zelf niet; in die zin zijn we geen productiehuis, maar een ontwikkelaar. We ondersteunen de makers en producenten in het werken vanuit zelfstandigheid en het nemen van de nodige verantwoordelijkheid. Als coproducent zijn we daar heel natuurlijk bij betrokken. Onze inbreng is:

- Expertise en netwerk van alle teamleden: artistiek, productioneel, marketing, financieel, techniek en (inter)nationaal netwerk van speelplekken en potentiële partners
- Actieve steun bij fondsenwerving en verkoop van voorstellingen, de achilleshiel van beginnende makers
- Faciliteiten waar dat nodig en haalbaar is: repetitie- en montageruimte, speel- of premiè- replek met reguliere ondersteuning en voorwaarden, Gastenverblijf, Decorwerkplaats
- Stevige financiële bijdrage als basis in de projectbegroting.

Zo begeleiden we de makers en producenten naar een goed ontwikkelingsplan, artistiek ambitieuze, maar financieel haalbare projectplannen en -begrotingen, en naar een groeiend netwerk van coproducenten, speelplekken en publiek.

In Grand Theatre gaan presenteren en ontwikkelen hand in hand en in de residenties komen die concreet samen. Als ontwikkelinstelling zijn we de centrale plek voor talentontwikkeling in de Noordelijke regio en de facilitator binnen het talentontwikkelingsnetwerk Station Noord. Grand Theatre is echter ook een gewilde plek voor ervaren makers uit de rest van Nederland en het buitenland om in residentie te komen. Hun aanwezigheid is vruchtbaar voor de beginnende makers die vaak tegelijkertijd in ons pand aan het werk zijn. We koppelen een residentie altijd koppelen aan een toonmoment en presenteren zo regelmatig nieuw (inter)nationaal werk.

Residenties

Om aan de vraag te voldoen van vele lokale makers om hun werk te tonen in verschillende fases van hun maakproces hebben we de Unfinished Business-week ontwikkeld aan het einde van het seizoen. De ambitie is om één lijn te trekken voor alle toonmomenten en deze door het hele jaar onder deze noemer te presenteren. Zo creëren we de juiste context voor dit vaak nog fragiele werk en maken we het mogelijk om een vaste groep geïnteresseerde bezoekers te betrekken.

Voor internationale relaties blijft Noorderzon onze belangrijkste partner. We delen naast de artistiek directeur ook een soort artistieke levenshouding. Het is een sterk en zeer inspirerend festival voor internationale en regionale makers en Grand Theatre heeft als podium en ontwikkelinstelling de mogelijkheid om een vergelijkbare plek te zijn gedurende de rest van het jaar. Dat leidt tot een actieve uitwisseling en een speciale relatie rond internationaal werk. Concreet uit zich dat in residenties door het jaar heen en een betere begeleiding en context voor de makers. Groningen wordt daarmee nog meer een plek in de wereld waar een topsegment van de podiumkunsten graag werkt en speelt.

Op een meer praktisch vlak hebben we elkaar ook veel te bieden: het Grandpubliek kan met de residenties alvast – op bescheiden schaal – beter kennismaken met het internationale werk dat Noorderzon programmeert, het Noorderzonpubliek leert het werk kennen dat ook in het Grand Theatre te zien is. Zo verstevigen we elkaars positie en die van de stad.

In ons pand zijn de Studio en de Bovenzaal geschikt en beschikbaar voor repetities en eindmontage. Toonmomenten vinden ook daar plaats. Try-outs en voorstellingen of premières staan in beginsel in de Benedenzaal. De groei van het aantal beginnende makers plus de vraag van nationale en internationale makers om in het Grand te werken, zorgt ervoor dat de druk op deze ruimtes groot is geworden. We zijn in gesprek met Het Houten Huis over medegebruik van hun studio in de KunstWerf, waar we vooral (inter)nationale residenties zullen plannen. Met Mohamed Yusuf Boss en Jaukje van Wonderen praten we over plannen voor de studio aan de Folkingedwarstraat, waarbij we samenwerken om ruimte te bieden aan nieuwe urban ontwikkelingen. Deze extra studio- en repetitieruimtes bieden meer mogelijkheden voor onze ambities en activiteiten, en zorgen ervoor dat de ruimtes in het eigen pand meer beschikbaar blijven voor beginnende makers. Zo kunnen we makers beter faciliteren, bijvoorbeeld met wat langere werkperiodes, wat hun ontwikkeling ten goede komt.

Verbinden

Maatschappelijke organisatie

Grand Theatre is een maatschappelijke organisatie met een culturele kern. Vanuit die visie bieden we regelmatig organisaties of individuen uit de stad ruimte om op eigen initiatief nieuwe activiteiten op te zetten. De context van Grand Theatre daagt de initiatiefnemers uit om de lat hoger te leggen of om zich tot ons maandverhaal te verhouden, waardoor er creatieve energie vrijkomt. We bieden naast ruimte ook professionele ondersteuning op het gebied van inhoudelijke ontwikkeling, publiciteit, techniek en soms begroting en inkomsten.

In de Balkonbar leidt dit onder de titel Clubhuizen tot diverse kleinschalige activiteiten:

- *Grand Pillow Society*: een maandelijks Engelstalig storytelling café, dat weer nieuwe lokale talenten voortbrengt;
- Stichting Square Web met *Onder de Vulkaan*: een literair geïnspireerde talkshow;
- TalentWebGroningen met hun *MaMiBo*: netwerkbijeenkomsten voor jonge professionals uit allerlei domeinen die elkaar inspireren of concreet zoeken naar samenwerking of expertise;
- *De Filmclub*: een plek voor uitwisseling voor professionals uit de Noordelijke filmwereld;
- *Studio Kruidels*: een maandelijks mensa van cateringcollectief Kruidels.

Naast actieve samenwerkingsverbanden, worden de ruimtes ook verhuurd aan derden, die er veelal besloten activiteiten organiseren, variërend van vergaderingen tot meerdaagse congressen. Naast het evidente financiële resultaat van deze activiteiten, speelt een breder publieksbereik en de mogelijkheid om specifieke activiteiten in de stad te kunnen organiseren, bij de afweging van dit soort activiteiten een rol.

Grand Theatre zet daarnaast actief samenwerkingen op met maatschappelijke instellingen als Inlia, COC, Groningen Plus en GoeieBuurt. Deze manier van werken heeft voornamelijk ten doel om publieksdoelgroepen te ontmoeten die we nog niet kennen. Centrale vraag is: wat kunnen we betekenen voor nieuwe doelgroepen, als maatschappelijke organisatie die podiumkunsten als kern heeft? Hier komen doorgaans verrassende nieuwe projecten en presentaties uit voort, binnen en buiten het Grand.

Rangen en Standen

Het project Rangen en Standen is een zes jaar durend onderzoek naar de aanwezigheid, zichtbaarheid, beleefbaarheid, historische achtergrond, betekenis en uiteenlopende vormen van verschillen in aanzien, status en welvaart in Groningen stad en ommeland. Het onderzoek is zowel naar binnen (dus zelfonderzoek) als naar buiten gericht. Het thema Rangen en Standen wordt vanuit vier perspectieven belicht: het sociaaleconomische, het historische, het culturele en het filosofische perspectief. Vanuit de vier perspectieven worden de onderwerpen 'inclusie en diversiteit', 'verheffing', 'landschap', 'taal', 'opleiding' en 'kleding' onderzocht. Elk onderzoekstraject wordt afgesloten met een (artistiek) product.

Publieksbereik

Onze visie op publieksbereik hangt volledig samen met onze visie op programmeren en de ambitie van Grand Theatre in de stad: als maatschappelijke organisatie met een artistieke inhoud willen we van waarde zijn voor zo veel mogelijk mensen in Groningen. Kunstenaars maken hun werk vanuit persoonlijke of bredere maatschappelijke inspiratiebronnen. Dat geldt evenzeer voor bezoekers, die we uitdagen te kiezen vanuit hun nieuwsgierigheid en maatschappelijke betrokkenheid. Dat is voor ons de basis om te communiceren over onze programmering en andere activiteiten: vanuit de inhoud van het werk die zowel de makers als bezoekers aangaat. Daar ligt de verbinding tussen beide die we voor ogen hebben.

We onderscheiden hierin grofweg twee doelgroepen:

- Theaterliefhebbers: Mensen die een uitgesproken interesse en voorliefde voor de podiumkunsten hebben. Een groep die goed op de hoogte is van de ontwikkelingen binnen het landschap en actief op zoek gaat naar het aanbod.
- Cultuurliefhebbers in brede zin: Mensen die affiniteit hebben met cultuur in het algemeen. Deze groep onderneemt dikwijls culturele activiteiten als het onderwerp hun aanspreekt of als ze het gevoel krijgen iets niet te kunnen missen.

Het is dan ook mede vanuit marketing- en communicatieperspectief een bewuste keuze om onze programma's te bundelen vanuit de inhoud. We bieden een inhoudelijk, actueel kader voor onze voorstellingen waarmee we direct aan de belevingswereld van Groningers kunnen appelleren en makkelijker verbindingen kunnen leggen met partners. Deze aanpak past goed bij onze programmering, waarin ook veel relatief onbekende - want jonge en soms internationale - makers een plek krijgen. Enkel op basis van hun namen is het immers lastiger mensen te betrekken en interesseren. Dit verklaart onder andere waarom de zaal in Grand Theatre vaak voller zit bij jonge makers dan elders in het land.

Ons doel is om te bouwen aan wederkerige relaties tussen makers, bezoekers en onszelf. Dat kan eenmalig zijn bij een specifieke voorstelling of voor langere tijd bij de ontwikkeling van lokale jonge makers. De stad Groningen kenmerkt zich door hechte subculturen en communities (of zelfs niches) die zijn gevormd naar gedeelde interesses, achtergronden of levensvisies. Daarom investeren we in connecties met partners en sleutelfiguren uit groepen die goed passen bij ons als podium of bij specifieke programma's. Zij weten waar mensen uit hun groep zich mee bezighouden en welke kanalen zij gebruiken om contact met elkaar te hebben.

Ambities voor publieksbereik

We streven ernaar door consistente, inhoudelijke communicatie een breed en trouw publiek op te bouwen dat bij ons past, ons vertrouwt en met ons buiten de gebaande paden wil treden. Daarbij stellen we onszelf als doel om de bezoekers voor onze eigen kernprogrammering en vaste waarden de komende jaren terug te brengen op het niveau van voor de coronacrisis. (36.000 bezoekers per jaar).

Qua publieksbereik en -groei is het een belangrijk speerpunt om cultureel geïnteresseerden van grofweg 20-45 jaar, de vele studenten en startende professionals uit onze stad nog beter bereiken. Zij maken immers een belangrijk deel uit van de nieuwsgierige en maatschappelijk betrokken bevolking in Groningen, die vaak niet kiest voor bekende theaternamen, maar voor inhoudelijke en eigenzinnige activiteiten.

Publieksonderzoek

De komende periode steken we onder andere meer tijd in kwantitatief publieksonderzoek. Pas sinds september 2017 hebben we de kaartverkoop in eigen beheer en bouwen we vanaf nul een eigen database van klantgegevens op. Met bezoekersinformatie van nu ruim twee seizoenen wordt het zinvol om dit basisbestand structureel te analyseren om beter inzicht te krijgen in onze huidige bezoekers en potentieel publiek. De vergroot de mogelijkheden van marketing gericht op specifieke bezoekers en doelgroepen, waar we tot nu toe te weinig basis voor hadden.

Data alleen blijft niet voldoende om ons publiek echt te begrijpen. We vinden het belangrijk om continu in gesprek te gaan met onze bezoekers en investeren dan ook opnieuw in kwalitatief publieksonderzoek. Bij alle voorstellingen is daarom minimaal een teamlid aanwezig en wekelijks wordt op de activiteiten teruggeblikt. Hierdoor hebben we een goed beeld van hoe onze bezoekers op voorstellingen reageren en ons theater beleven. Daarnaast zetten we ook kwalitatieve onderzoeksprojecten op waarmee we ons wat dieper onderdompelen in de belevingswereld van een deel van ons publiek.

Een herkenbaar en sterk merk

Voor het vertrouwen van het publiek in Grand Theatre en onze programmeringskeuzes is ons merkimage essentieel. Daarom hebben we gewerkt aan een herkenbare *tone of voice* en identiteit als basis voor al onze uitingen, waaronder de geheel vernieuwde website die we begin 2019 hebben gelanceerd. Hiermee hebben wij belangrijke instrumenten in handen om op een consistente wijze te communiceren. De komende jaren blijven we ons imago als theater met inhoud en maatschappelijke betrokkenheid uitbouwen.

Online marketing

Onze online kanalen zijn belangrijke onderdelen van onze marketingmix. Het aantal volgers en *subscribers* van onze social media en nieuwsbrief is de afgelopen jaren exponentieel gegroeid, vooral onder theaterliefhebbers. Het zijn belangrijke kanalen om op een directe wijze te communiceren met specifieke en veelal jongere publieksgroepen. We hebben geïnvesteerd in scholing op het vlak van online marketing en we willen ervoor zorgen dat we onze kennis en kunde op dit vlak verder vergroten, zodat we onze online marketingstrategie kunnen blijven verbeteren.

Organisatie en werkgeverschap

De ambitie was vanaf het begin uitdrukkelijk om geen 'regulier theater' te zijn (als die al bestaan), maar een 'breed theater'. Dat vraagt om een innovatieve houding die past bij een culturele en sociale onderneming, inclusief bijhorende nieuwe vormen van samenwerking en financiering.

Kernorganisatie

De organisatie is naar bovengenoemde uitgangspunten opgebouwd. De kernorganisatie is zeer beperkt, passend bij de financiële werkelijkheid. De afgelopen jaren hebben we als team gezamenlijk nieuwe werkwijzen en structuren gebouwd die passen bij deze open organisatie. Teamleden werken met een grote mate van eigen verantwoordelijkheid, ruimte en autonomie binnen hun functie, zodat zij zich ook werkelijk innovatief en creatief voor de organisatie in kunnen zetten. De keuze voor de juiste personen is daarom belangrijker dan de functieprofielen zoals die in de cao Nederlandse Podia staan.

Voor de functies rond de activiteiten wordt geput uit een uitgebreid netwerk van freelancers in Groningen (en daarbuiten), van wie velen al regelmatig in het Grand werken. Dat geldt bijvoorbeeld voor de theatertechnici. De kaartverkoop wordt gedaan met vrijwilligers en de horeca is volledig uitbesteed. Beide verlopen naar grote tevredenheid.

Flexibel

Deze basisorganisatie biedt een open, platformachtige basis, waar externe producenten of organisaties bij kunnen aanhaken. Dat geldt bijvoorbeeld voor de partners die activiteiten in de Balkonbar organiseren, maar ook voor bijvoorbeeld Stichting Prime of De Noorderlingen, die beide een aantal activiteiten in het Grand organiseren. We merken dat het café en de Balkonbar overdag meer en meer als flexibele werkruimte worden gebruikt door deze partners. Dat maakt de onderlinge lijnen korter en samenwerking makkelijker.

Over het algemeen zijn deze partners verantwoordelijk voor deze activiteiten en dus ook voor de nodige aanvullende financiering en marketing. Daar helpen het team wel aan mee. Met name bij kleinere organisaties zien wij binnen onze rol als Cultuurpijler die wij voor de stad en regio zijn.

Beloning

Goede, innovatieve en verantwoordelijke mensen verdienen naast een grote mate van autonomie in hun werk ook een goede beloning. Daarbij is er geen verschil tussen medewerkers in loondienst en freelancers; voor beide volgen we de cao Nederlandse Podia, bij freelancers rekening houdend met hun zelf te betalen pensioens- en verzekeringsafdrachten. Dat betekent dat de personeelskosten mogelijk relatief hoog zullen zijn in vergelijking met andere kleine organisaties. De verantwoordelijkheid die mensen krijgen om hun functie en de organisatie mede vorm te blijven geven rechtvaardigt dit in onze ogen.