

MAKING A DIFFERENCE



Looking back at the Symposium on
social creative entrepreneurship
23 & 24 June 2014 Theaterschool Amsterdam
Opleiding Productie Podiumkunsten
ism Royal Central School of Speech and Drama

Een inleiding: Gwenoële Trapman en Judith Wendel	
LOOKING BACK - AND FORWARD	1
Een verslag: Anita Twaalfhoven	
MAKING THE DIFFERENCE	3
Een verslag: Pauline Otten	
COMMUNITIES	33
Openingswoord dag 1: Gwenoële Trapman	
NEW MODELS FOR PRODUCING THE ARTS	39
Programma symposium:	
SOCIAL CREATIVE ENTREPRENEURSHIP/dag 1	42
Openingswoord dag 2: Jessica Bowles	
SHAPING THE FUTURE OF THEATRE	48
Programma symposium:	
SOCIAL CREATIVE ENTREPRENEURSHIP/dag 2	51
Open Space Session: Jessica Bowles	
DEVOTED AND DISGRUNTLED	54
Een terugblik: Marjo van Schaik	
MAGIC HAPPENS	58
Een terugblik: Sheila Lewandowski	
CONNECTING THE MOVING DOTS	64
Biografieën sprekers & medewerkers	71
Colofon	77

LOOKING BACK - AND FORWARD

een inleiding: Gwenoële Trapman en Judith Wendel

1

In dit verslag blikken we terug op het symposium 'Social Creative Entrepreneurship/Making a difference' zoals we dat afgelopen juni, in coproductie met de Central School of Speech and Drama in Londen, op de Theaterschool organiseerden. Het symposium is onderdeel van een reeks symposia rondom Creative Producing, steeds georganiseerd door de Opleiding Productie Podiumkunsten en staat mede in het kader van de specialisatie Creative Producer zoals die sinds het vorige studiejaar aan de opleiding bestaat.

Bijzonder aan dit jaar was dat we onze blik ook richting Zuid/Oost Europa en Brazilië lieten gaan. We maakten het symposium tweedaags en boden workshops aan, zodat sprekers en deelnemers langer bij elkaar waren en meer konden uitwisselen. We sloten af met een Open Space Session, waarin we gezamenlijk brainstormden over het verschil dat we als creative producers kunnen maken.

Naast de verslagen van het symposium die hier te lezen zijn, geven we ook feitelijke informatie over het symposium, gebruiken we Engels en Nederlands door elkaar en wisselen we inspirerende voorbeelden af met openingswoorden en terugblikken.

Het denken over en creëren van Creative Producing is een work-in-progress, een proces van steeds nieuwe inzichten en ontdekkingen. Na de symposia van de afgelopen drie jaar is het dan ook tijd om verdere stappen te zetten. We maken daarom in de komende periode een analyse alle casussen die tot nog toe aan bod zijn gekomen en destilleren daaruit sets van werkwijzen, vaardigheden en omstandigheden die betrekking hebben op creative producing. Aan de hand daarvan stellen we verschillende



Jessica Bowles (zittend) en Niek vom Bruch (met microfoon) in de Open Space Session

profielen op. Deze profielen leiden vervolgens tot de beschrijving van verschillende modellen van creative producing. Met deze modellen kijken we opnieuw naar het veld en stellen ons de vraag hoe en waar deze in het Nederlandse veld te implementeren.

Ook blijven we de resultaten van het curriculum rondom de creative producer van het afgelopen jaar toetsen en evalueren. We hebben met onze studenten dit najaar opnieuw aansprekende creative producers in New York bezocht, we onderzoeken hoe het politieke netwerk functioneert en blijven in gesprek met het (internationale) theaterveld, de politiek, de gemeenschap en onze (oud)studenten. Tijdens het volgende symposium op de Praagse Quadriennale in de zomer van 2015 geven we workshops over de verschillende modellen van Creative Producing. We houden u op de hoogte.

MAKING THE DIFFERENCE

een verslag: Anita Twaalfhoven

(cultuurjournalist)

3

In de cultuuromslag die de kunstwereld doormaakt kan de creative producer grenzen verleggen en op een innovatieve manier samenhang creëren tussen kunstenaars, gemeenschap en financiering. Maar welke vaardigheden zijn daar voor nodig? En welke obstakels staan daarbij in de weg? Na twee eerdere symposia over Creative Producing vindt op 23 en 24 juni 2014 het internationale symposium 'Social & Creative Entrepreneurship/Making a Difference' plaats op de Theaterschool in Amsterdam. Daarin ligt de nadruk op de vraag hoe de creative producer kunst met beide benen in de lokale gemeenschap kan zetten en een sociaal gezicht geven.

De Opleiding Productie Podiumkunsten (OPP) van de Amsterdamse Theaterschool organiseert het tweedaagse symposium rondom 'Social and Creative Entrepreneurship' in samenwerking met de Royal Central School of Speech and Drama in Londen. Gasten uit Nederland, Engeland, Schotland, Hongarije, Turkije, de Verenigde Staten en Brazilië vertellen over de rol van de creative producer in de productie van artistieke projecten met een sociale en duurzame impact. Ze delen hun kennis en manier van netwerken, vertellen over 'best practices' en verdiepen zich in de praktijk van jonge makers. Dit symposium is onderdeel van het onderzoek naar de creative producer dat Gwenoële Trapman, artistiek leider van de OPP samen met Judith Wendel, kerndocent van de OPP, in 2011 is gestart.

Draagvlak creëren

Onder invloed van de overheidsbezuinigingen zijn cultureel ondernemerschap en het zoeken naar een steviger draagvlak in de samenleving speerpunten in de kunstwereld. Deze ontwikkeling vraagt om nieuwe

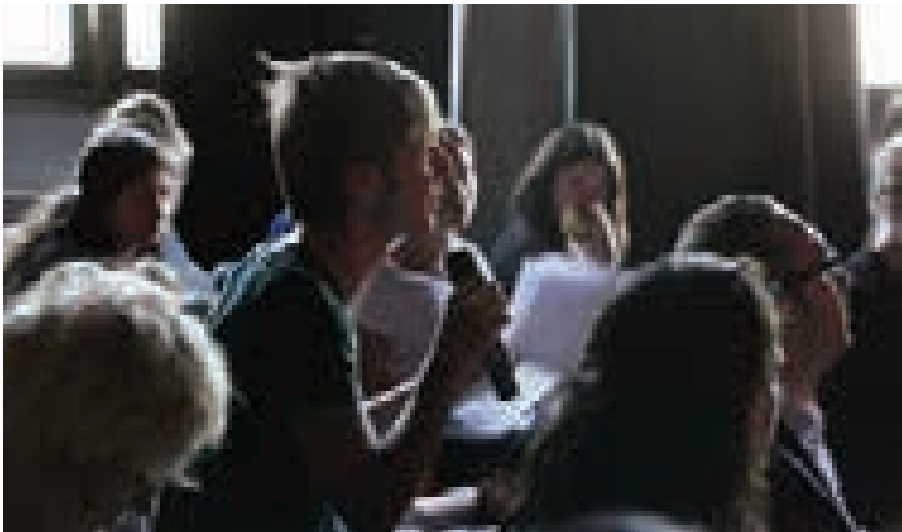


Jessica Bowles (met microfoon) in de Open Space Session

vaardigheden van de producer. Bij de term cultureel ondernemerschap ligt de nadruk vaak op de economische kant. Bij creative producing draait het om ondernemerschap vanuit een artistieke invalshoek. Een manier van produceren die aan de basis ligt van de visie en manier van werken binnen de OPP. In 2012 vond het eerste symposium, 'Creative Producing/Making Places', plaats. Gasten uit New York, Londen en Amsterdam deelden hun kennis, ervaring en ideeën met het werkveld en studenten en docenten van de Theaterschool. Het tweede symposium, in 2013, stond in het teken van creative producing bij de Nederlandse festivals omdat juist hier nieuwe ontwikkelingen spelen. Festivals werken vaak vanuit een heldere visie en missie en bouwen een sterke relatie op met de makers, het publiek en de lokale gemeenschap. Daarnaast zijn onder meer in New York en het Verenigd Koninkrijk werkbezoeken gebracht aan kunstopleidingen met een master Creative Producing. In het verlengde van het onderzoek heeft de afstudeer-richting creative producer binnen de bachelor OPP inmiddels een plek gekregen en worden de mogelijkheden voor een master Creative Producing onderzocht.

Een kerntaak van de creative producer, zo is de gedachte, is het creëren van draagvlak in de gemeenschap vanuit een herkenbaar artistiek profiel. Dit leidt tot nieuw publiek, binding met de politiek en nieuwe financieringsmogelijkheden. Samenhang creëren tussen kunstenaar, gemeenschap en financiering is dan wezenlijk. De creative producer legt verbanden die het draagvlak vergroten, een zelfversterkend effect hebben en uiteindelijk leiden tot een sterker en onafhankelijker productie- en financieringsmodel.

In dit meest recente symposium in de reeks, 'Social & Creative Entrepreneurship', ligt de focus zoals gezegd op de productie van artistieke projecten met een sociale en duurzame impact op de gemeenschap. Hoe maak je als creative producer het lokale publiek, de politiek en financiers mede-eigenaar van het geproduceerde? Hoe bouw je een stevig netwerk in de community en leg je écht contact? Welke kennis en skills heb je dan nodig als aankomend creative producer? Naast lezingen van internationale sprekers over deze en andere vragen, vinden er workshops en discussies plaats over de situatie in de diverse landen.



in gesprek met de zaal

Nieuwe skills voor de producent van de toekomst

Op de eerste dag van het symposium blikt Gwenoële Trapman terug op het onderzoek en noemt zij de speerpunten voor deze editie. “Het draait om de rol van de creative producer in tijden van transitie en nieuwe modellen van produceren”, benadrukt ze. “Kunst is geen product maar een driehoek met artistieke, sociale en economische aspecten. Het is belangrijk om vanuit die gedachte draagvlak te creëren in de community. Welke modellen van ‘best practices’ zijn er om co-creëren met het publiek te stimuleren en hoe betrek je daar lokale politici en financiers bij?”

Daarna volgt het welkomstwoord van Jet de Ranitz, de voorzitter van het College van Bestuur van de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten. Vervolgens introduceert moderator Marjo van Schaik de sprekers in het ochtendprogramma: Liz Moreton van het Battersea Arts Centre in Londen, Marcus Faustini van de Agência de Redes Para Juventude in Brazilië (in een vooraf opgenomen skype interview), creative producer Hakan Silahsizoglu uit Istanbul en Amelie Deuflhard van de cultuurfabriek Kampnagel in Hamburg.

Life is what you make of it

Liz Moreton is senior producer bij het Battersea Arts Centre in Londen, een cultureel centrum gevestigd in het voormalige gemeentehuis, dat sterk is geworteld in de lokale community. Moreton vertelt over hun werk met jongeren in achterstandswijken, dat is geïnspireerd op de manier van werken van de Braziliaanse theatermaker Marcus Faustini met jongeren in de *favelas*. “Bij het Battersea Arts Centre is het jonge publiek sterk betrokken in de manier van produceren. De ideeën van de jongeren staan centraal en het gaat ons er om ruimte te creëren voor de ontwikkeling van hun potentiële talenten.” Met als motto dat hier de basis ligt voor het theater van de toekomst. De rellen in 2011 in de wijk Battersea waren een belangrijke motor om met deze jongeren aan het werk te gaan en zo hun verantwoordelijkheidsgevoel te stimuleren. “We ontwikkelden een spel dat op Monopoly lijkt, maar in plaats van vastgoed gaat het om je levensloop: *Life is what you make of it*. Om jongeren te werven, trokken we de buurt in: we adverteerden in winkels,

klopten aan op de deuren en spraken mensen aan in bussen”, vertelt zij. Een dertigtal jongeren werd betaald om mee te doen. “Aan de hand van het levensspel leerden we hen basisvaardigheden om hun leven in eigen hand te kunnen nemen. Zoals hun netwerk uitbreiden en de wereld om hen heen in kaart brengen, een creatieve manier van denken en ondernemers skills ontwikkelen.” Ze leerden hoe je deskundigen om advies kunt vragen en presenteerden hun ideeën in een panel, waarvoor ook lokale politici waren uitgenodigd. Met als resultaat onder andere een duurzame modeshow en een talentenjacht. Voor het Battersea Arts Centre is de conclusie: “Wij zijn goed in deze manier van werken en hebben hiermee onze relatie met de community enorm verbeterd. Jonge mensen willen graag met ons meedoen en hun behoefte om écht gezien te worden blijkt erg belangrijk te zijn.”

Creative producing volgens Liz Moreton: Trek de community in, maak de talenten van mensen los en werk met professionals om ze ten uitvoer te brengen. Breng vervolgens een wisselwerking op gang tussen het community werk en reguliere werk. En betrek bij dit alles ook lokale politici.

Jongeren zijn hybride

Marcus Faustini is schrijver en de drijvende kracht achter de Braziliaanse Agência de Redes Para Juventude, een cultuurcentrum dat werkt met jongeren uit de *favelas*, ofwel stedelijke achterstandswijken. Zijn succesvolle methode is mede geïnspireerd op de ideeën van de theaterpedagoog Paolo Freire en zijn theater van de onderdrukten, een vorm van empowerment middels theater die populair was in de jaren zeventig van de twintigste eeuw. In het skype interview vertelt Marcus over zijn werk en ideeën. De zaal hangt aan zijn lippen want bijna iedere zin is een inspirerende volzin. “Jongeren zijn hybride”, stelt hij. “Hun leven en de omstandigheden waarin ze leven kun je veranderen, transformeren.” Zijn programma’s focussen op persoonlijke ontwikkeling. “Door hen ‘het perspectief van de protagonist’ te bieden, die het leven in eigen hand neemt. Door hun netwerk zodanig uit te breiden dat ze zich op andere manieren door het leven gaan bewegen en uit de wereld van lage lonen en werkeloosheid kunnen stappen.” In de



vlr Jessica Bowles, Anita Twaalfhoven, Gwenoële Trapman

favelas van Rio de Janeiro overheerst het cliché van jongeren als agressor en het is een gevecht om onder dat stigma uit te komen. “Is theater de juiste kunstvorm om deze problemen te tackelen?”, vraagt hij zich af. “Wat we dan ook nodig hebben is een politieke visie op theater. Het gaat er om door theater de wereld beter te begrijpen. Theater is dan een instrument voor participatie en democratie. Theater ziet hij als ‘een arena van artiesten die verschillende werelden bij elkaar brengen’. “Het is een post-digitale en performatieve ruimte om mensen te presenteren in plaats van representeren.” Iedereen kan in zijn optiek een producer zijn en creativiteit ontwikkelen is cruciaal. “Kunst is een essentieel ingrediënt in het leven. Cultuur heeft vrijheid nodig en de taal van kunst geeft mensen een nieuw perspectief. Vernieuwing zit volgens hem niet in de kunst zelf maar komt voort uit de cultuur waarin mensen leven. Kunstenaars kunnen daarbij aanhaken.”

Creative producing volgens Marcus Faustini: Kunst als voertuig gebruiken voor persoonlijke ontwikkeling en sociale veranderingsprocessen in de community. Dit leidt tot nieuwe vormen van kunst die zijn verankerd in de samenleving van nu. Theater is dan een instrument voor participatie en democratie.

Twee planken en ambitie

Hakan Silahsizoglu is creative producer in Istanbul en vertelt: “Het gesubsidieerde theaterlandschap in Turkije heeft 56 theaters, 1200 voorstellingen per jaar, 600 acteurs, 450 technici en 2 miljoen bezoekers. Wie hier eenmaal werkt, blijf tot zijn dood in het zadel.” Wat de positie van het staats-theater in de nabije toekomst kan ondermijnen is het plan voor een Turkse Arts Council, vergelijkbaar met de Nederlandse Raad voor Cultuur. Hierover is een heftige discussie gaande. “De Turkse overheid heeft eigenlijk een hekel aan kunst, vooral aan theater. Ze zouden het liefst alle theaters sluiten en in plaats daarvan het Islamitisch gedachtegoed over het voetlicht brengen. Het instellen van een Arts Council is een handige manier om theaterinstellingen opnieuw te beoordelen en subsidies naar wens stop te zetten. Als het parlement deze regelgeving goedkeurt, kan de theaterwereld stevige censuur verwachten.”

Aan de andere kant is er het bloeiende circuit van het private theater. Het ‘old school’ commerciële theater toert door het land en maakt stevig winst maar kampt met een vergrijzend publiek. “Als dit theater zich niet vernieuwt en een jonger publiek aantrekt is het ten dode opgeschreven.” Creative producerschap is te zien bij een nieuwe generatie, die low budget werkt en door sponsors wordt gesteund. “In Istanbul zijn zo’n 15 tot 20 van deze nieuwe theaters, die een nieuw publiek aanspreken”, vertelt hij. “Met vertaald werk rond thema’s als seks en genderproblemen in Turkije en nieuw werk van Turkse en ook Koerdische schrijvers. Hier is vernieuwing te zien: nieuwe artiesten, sociaal-politiek theater en jong publiek.” Deze theaters vormen een netwerk en werken samen om het initiatief een stap verder te brengen. Zo worden nieuwe theaters in het netwerk gesteund met gratis speelbeurten van gezelschappen in het circuit. Een vorm van creative

producerschap is ook de samenwerking met hoofdrolspelers in populaire Turkse tv-series, die een groot publiek aantrekken. Zij verdienen met hun tv-werk soms 20 tot 30.000 euro per week en doen het uit idealisme, om jonge makers verder te helpen.

Uitdagingen waarvoor het private theater zich geplaatst ziet zijn het gebrek aan lange termijn plannen, de slechte rechtspositie van acteurs en gebrek aan goed opgeleide technici. Ook is er gebrek aan spreiding van de private theaters. Het gesubsidieerde circuit heeft ook regiotheaters maar het private theater zit in de zone rond de kunstscene van Istanbul. Ze proberen hun netwerk daarom ook naar de suburbs uit te breiden. Zijn motto als creative producer: "Theater is twee planken en ambitie."

Creative producing volgens Hakan Silahsizoglu: De (private) broedplekken in het theaterlandschap een stap verder brengen. Draagvlak creëren: met eigentijds en geëngageerd aanbod, verhalen uit de sociale communities, bekende tv-acteurs, nieuw publiek en aanvullende financiering.

Meer dan één publiek

Amelie Deuflhard is artistiek leider van de internationale cultuurfabriek Kampnagel in Hamburg. Kampnagel is een nationaal en internationaal theater, op de grens tussen een rijke wijk en een arbeiderswijk. Met zes podia van 100 tot 1200 zitplaatsen, soms vier tot vijf voorstellingen per avond, een bioscoop, restaurants en tuinen trekken ze zo'n 170.000 bezoekers per jaar. De 5 miljoen subsidie is bedoeld voor het gebouw en de medewerkers maar niet voor de artistieke productiekosten.

"Wij spreken niet langer over één publiek, bij Kampnagel gaat het om de variatie in soorten publiek", zegt zij. "De samenleving is vol diversiteit en ons speerpunt ligt in de vraag hoe je de deuren wijd open kunt zetten voor nieuw en ander publiek." De programmering varieert van lokaal tot internationaal, van underground tot repertoire, van performance tot architectuur. Een greep uit het aanbod: festivals rond choreografie maar ook een kleiner festival zoals Young Star voor tieners. Zowel internationale coproducties van



Amelie Deuflhard

Wenen tot Jakarta als community theater met ex-vluchtelingen uit de buurt. Concerten voor een publiek van 50 plus van Yoko Ono of Patty Smith en muziektheater met bandjes, dat erg populair is bij jongeren. Aansprekend zijn ook initiatieven als karaoke met groot orkest en Queeroke met 'queers'. Of het Kampnagel Choir met ouderen, dat is samengesteld na een een-daagse workshop met 200 mensen. "De beste vorm van co-ownership is het publiek te betrekken bij en mee te laten spelen in de voorstellingen." Dit alles weerspiegelt de samenleving.

Ze werken bij Kampnagel hard om kunst, activisme, theorie en debat samen te brengen. Ook rond thema's zoals duurzaamheid en klimaatverandering. "Wij leggen relaties met lokale politici, bedrijven, onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties." Om extra financiën te werven gaat Deuflhard naar allerlei soorten evenementen waar politici en sponsors zijn te vinden. "Ik vertel ze steeds hetzelfde verhaal, ik verander alleen van outfit."

Creative producing volgens Amelie Deuflhard: Ontwikkel een breed en gevarieerde aanbod in samenwerking met een al even breed en gevarieerd

publiek. Wees origineel, gedurfd en mix alle mogelijke disciplines, hoge en lage cultuur, lokaal en internationaal, amateurs en professionals.”

Paneldiscussie

Kunst en empowerment

“Hoe combineer je empowerment en sociaal werk met een artistiek doel?”, vraagt moderator Marjo van Schaik de sprekers. “Associaties met community werk lijken projecten nog steeds te diskwalificeren voor kunst.”

Moreton vertelt: “We benaderen ons werk als een artistiek project. De esthetische kwaliteit moet hoog zijn.” Komt het reguliere kunstpubliek ook kijken? “Nee, nog niet. Ze krijgen feedback van hun eigen publiek maar de jongeren komen wel naar de reguliere voorstellingen kijken en ontmoeten ook onze artistiek leider. Andersom worden onze reguliere programma’s beïnvloed door de jongerenprojecten.” Volgens Deuflhard is het niet belangrijk of je community werk ziet als sociaal of artistiek werk. “Het gaat erom een begin te maken, de artistieke kant moet zich ontwikkelen. Community werk is



Marjo van Schaik (l) en Liz Moreton (r)

lange termijn werk.” Silahsizoglu vindt het belangrijk uitwisseling op gang te brengen tussen kunstenaars en communities: aan beide kanten zit talent. “In de buitenwijken van Istanbul zijn bewoners talentvol in het vertellen van verhalen, professionals helpen hen om dit theateraal te maken.” In Duitsland is het soms makkelijker om geld te werven voor sociale dan voor artistieke projecten. Deuffhard noemt het risico dat kunstenaars dan teveel verantwoordelijkheid toebedeeld krijgen voor sociaal werk. “Hoe voorkom je dat het bereiken van nieuw publiek, nieuwe samenwerkingspartners en doelgroepen een doel op zich wordt?”, vraagt Van Schaik. Zie het als een kwestie van tijd om hiervoor nieuwe en eigentijdse vormen te vinden, want politiek engagement en het perspectief vanuit het publiek doen er toe, is de conclusie. “Welke rol speelt het gebouw bij het contact met de community?” Moreton vindt een eigen gebouw van belang: “Onze workshops gebeuren in de wijken maar daarna worden ze uitgenodigd in het kunstcentrum.” Silahsizoglu werkt op een vergelijkbare manier. Hij legt contact met families en nodigt ze uit voor voorstellingen, waarin soms ook hun kinderen meespelen. “Het draait erom vertrouwen te winnen, zo krijg je mensen over de drempel.” Deuffhard beaamt dat: “Het gaat erom vanuit je vaste plek verbindingen te leggen met de community en hun vertrouwen te winnen.” Het maatschappelijk draagvlak is, zo zeggen de instellingen, makkelijker te creëren als je beschikt over een eigen huis: dan heb je een eigen speelplek met faciliteiten waar je het publiek kunt ontvangen en een plek bieden. Van Schaik vraagt waarom we de theaters niet naar de wijken brengen om van daaruit met communities te werken, in plaats van andersom. Silahsizoglu: “Bij ons zit de kwaliteit in het centrum van de stad, bovendien voelen theatermakers zich soms niet veilig in de buitenwijken als ze met controversiële thema’s komen.”

Vraag vanuit de zaal: “Als het theater afbrandt: komt het publiek dan in actie voor een nieuw theater? Hoe hoog is het niveau van co-ownership?” Deuffhard zegt dat in Duitsland de politiek zou zorgen voor een nieuw theater. Zij benadrukt dat het van belang is stelling te nemen: sociaal, cultureel en politiek.

Van Schaik verlegt de aandacht naar beleidsmakers. “Hoe zorg je voor draagvlak en inclusiviteit in het cultuurbeleid?” Moreton: “Ik vertel ze constant wat er bij ons gebeurt maar ook lokaal is het moeilijk beleidsmakers te interesseren.” In Duitsland lijken beleidsmakers meer geïnteresseerd in de omvang van het publiek dan in de doelgroepen zelf, vertelt Deuffhard. In het gesprek met de zaal zegt Sheila Lewandowski van The Chocolate Factory in New York: “Je moet in het blikveld van beleidsmakers komen en je deskundigheid laten zien. Haal ze in huis en doe een appèl op hun betrokkenheid, dan staan ze voor je op als het moeilijk wordt.” Deuffhard vult aan: “Politici niet alleen bij jou uitnodigen, ook andersom: zelf naar rijkeluisfeestjes en evenementen met politici gaan. Langs beide kanten interveniëren.” Vraag vanuit de zaal: “Hoe moeten we onze positie opnieuw definiëren in deze crisis, waarin we het contact met de samenleving misschien teveel verloren zijn? Wat is de rol van kunstenaars? Hoe betrekken we het publiek bij ons, op een inclusieve manier?” Het gaat er om nieuwe concepten te vinden voor de rol van kunst in de samenleving in deze tijd. Onze gezamenlijke belangen te verwoorden en verbeelden. Van Schaik vult aan: “Wij focussen hier op het perspectief van de creative producer: dit is inderdaad het proces waar we samen met de kunstenaars doorheen moeten gaan.”

Silahsizoglu verwijst naar de protesten op het Taksir plein in Istanbul, waaraan ook kunstenaars meededen: tenten met muziek, theaterteksten over wat er gaande was. “Ze maakten een move naar het publiek en wat er speelde in de politiek. Engageer je, dat is waar het om draait. Engagement komt bij kunstenaars vooral in een stroomversnelling als er een revolutie speelt in de samenleving.” Deuffhard benadrukt nogmaals dat engagement, stelling nemen, ook belangrijk is als er geen sprake is van revolutie maar tijdens periodes van relatieve rust. Jessica Bowles, van de Royal Central School of Speech and Drama in Londen, concludeert: “Het gaat om mindset, we moeten ons eigen raamwerk verbreden en onszelf uitdagen. De projecten die zijn besproken gaan over het potentieel dat overal aanwezig is. Stop nieuwe participanten niet in een apart vakje maar betrek hen in de kunstwereld: op een inclusieve manier.”

Na een lunch in Het Compagnietheater komen aan het woord: Sheila Lewandowski van de Chocolate Factory in New York, Máté Gáspár van de Academy of Film and Theatre in Budapest en Simon Sharkey van het National Theatre Scotland.

Leiderschap zonder vrees

Sheila Lewandowski is zakelijk leider en medeoprichtster van de Chocolate Factory in New York. Begonnen als rondreizend theatergezelschap, is The Chocolate Factory nu uitgegroeid tot een theater met een sterk lokaal netwerk. Met een totaal begroting van \$5,000,000 fungeren ze als broedplaats en podium voor experimentele voorstellingen in Long Island City, Queens. Betrokkenheid bij de community was cruciaal in deze ontwikkeling: publiek, de horeca, bedrijven, sponsors, de locale politiek. Lewandowski werft geld met onder meer showcases voor lokale ondernemers en allerlei soorten evenementen. Ze zit in de community board en neemt ook de kunstenaars mee daar naar toe. The Chocolate Factory geeft bij toegangskaartjes gratis consumptiebonnen voor cafés in de buurt en zet de deuren open voor een festival rond de horeca in de buurt. Ook maakt Lewandowski zich sterk voor het community theater in de wijk en zij nodigt hen uit in het theater. Dit alles met behoud van de eigen artistieke identiteit: “We werken samen en zijn bij elkaar betrokken. Maar als het gaat om kwaliteit hebben we onze eigen criteria en ligt de lat heel hoog. Het artistieke werk van de Chocolate Factory staat op zich en is autonoom.” Als creative producer spreekt zij zich uit voor sociale projecten maar zij houdt deze apart van het eigen artistieke werk. “Overal je neus laten zien en integreren”, is haar motto. “Het gaat om het creëren van kunst en het creëren van toegangswegen tot kunst. Je moet op een bredere manier verwoorden wat je waarde is en draagvlak creëren bij de gemeenschap: publiek, bedrijven, sponsors en politici. Als voorbeeld vertelt zij over een politica die zij wilde spreken over The Chocolate Factory. De vrouw verdween met haar gevolg in een lift en Lewandowski glipte tussen de deuren door. “Ik had een paar minuten de tijd om tot deze politica door te dringen en ging weg met haar 06 nummer.” Zij vervolgt: “Als politici in persoonlijk contact niet luisteren, dan zoek ik publieke kanalen op. In New



Sheila Lewandowski

York zijn 2500 groepen op zoek naar financiële steun: er is dus competitie!” Leiderschap nemen doet er toe, vindt zij. “Je moet een visie naar voren brengen. Doe alles wat je kunt doen om dingen voor elkaar te krijgen: moedig, vastbesloten en realistisch. Gemakzucht kost je de kop in deze tijd.”

Creative producing volgens Sheila Lewandowski: Overal integreren en je neus laten zien, met overtuigingskracht de waarde van kunst verdedigen. Een maatschappelijke positie innemen en opeisen. Breng als een leider je visie naar voren en doe alles wat je kunt doen om de dingen die je wilt voor elkaar te krijgen.

De creative producer als ‘alien’

Volgens Máté Gáspár, professor aan de Academy of Film and Theatre in Budapest, is creative producerschap in Hongarije te vergelijken met een alien of UFO. “De term bestaat daar niet in het theater, alleen in de televisiewereld. De staat heeft in Hongarije de touwtjes in handen en runt alles, dus

is er weinig ruimte voor creatief cultureel ondernemerschap. In de afgelopen vier jaar is de staatscontrole steeds verder toegenomen onder invloed van een ‘politiek correcte’ dictatuur met bijbehorende wetgeving. De producer in Hongarije is een zakelijk ondernemer en kantoormentaliteit en bureaucratie zetten de toon.” Initiatieven buiten het mainstream gesubsidieerde theater ziet men als ‘de rest’ en wie op een alternatieve manier wil werken, kampt met veel stress. Je werkt zonder subsidie, met weinig mogelijkheden voor private financiering.”

Gáspár was indertijd zelf een creative producer bij theater Krétakör maar realiseerde zich dat niet. Hij had een autonome agenda, werkte met een flexibele structuur en ontwikkelde zijn eigen netwerk en positie in het veld. “Ik was altijd on tour en bezig met overleven. Maar het was als fietsen op een tandem waarbij de ander steeds op de rem trapt.” Waar zitten de uitdagingen in Hongarije? Leren omgaan met de machtsproblematiek van de staat. Bezig zijn met scholing: zolang er geen nieuwe trainingsprogramma’s worden ontwikkeld overheerst het bestaande systeem. Als de focus op administratieve procedures ligt, kan theater niet tegendraads zijn. “Bij echt creatief leiderschap wordt het hele systeem uitgedaagd en gaat de voorkeur uit naar onconventionele benaderingen.” Wat naar zijn idee nodig is om creative producerschap te ontwikkelen: gevoel van ownership, autonomie, bewustzijn van de context, proactief zijn, risico’s durven nemen en flexibiliteit.

Creative producing volgens Máté Gáspár: Leer omgaan met de machtsproblematiek van de staat. Daag het systeem uit, wees autonoom en onconventioneel, durf risico’s te nemen en ga proactief te werk. Ontwikkel van daaruit nieuwe trainingsprogramma’s.

Theater zonder muren

Simon Sharkey, directeur en oprichter van het National Theatre Scotland in Glasgow, laat een energieke video-impressie van zijn werk zien. Het internationaal rondreizende theatergezelschap is een theater zonder muren en niet gebonden aan één gebouw. Het werk varieert van grootschalige producties tot projecten op vliegvelden, boten, in torens of bossen. Grensver-

legend was hun '5 Minute Theatre': "Iedereen die mee wilde doen kon een theaterscène van vijf minuten op internet zetten en uitzenden. Het ging de hele wereld over. Zo laat je zien dat theater geen muren en geen grenzen heeft. Creative producing kan in elke ruimte. Breng mensen en ideeën samen: magic happens!"

Zijn gezelschap is aangesloten bij The Federation of Scottish Theatre voor professionele dans, opera en theater. Deze federatie brengt de sector bij elkaar om met een collectieve stem te spreken en middelen en expertise te delen. Zorgen in deze tijd zijn: "Hoe behouden we onze geldstroom en onze mensen, waarvan er veel in Engeland zijn gaan werken? Ook is er in Schotland geen geld voor nieuwe gebouwen." Voor Sharkey is dat zoals gezegd geen voorwaarde om theater te kunnen maken: "Laat je niet uit het veld slaan door moeilijke omstandigheden. Mijn definitie van theater: er is een voorstelling en publiek en dat kan overal en in elke vorm. Wij werken niet met het onderscheid professioneel of niet-professioneel. Het gaat om samenwerken vanuit inspiratie en het versterken van elkaars talenten. Je moet niet van vaste methoden uitgaan en altijd flexibel blijven." Hij vraagt zich af waar de creativiteit van de mensen zit: "Wat zijn hun ideeën, waarover gaan hun verhalen? Ik houd niet van het cliché 'sociaal achtergestelde groepen' en andere hokjes en vakjes." Hij breekt liefst door alle grenzen heen en mobiliseert mensen op een energieke manier. "Als je weer helemaal terug bij af zou zijn: waar zou je dan beginnen?", vraagt hij de zaal.

Creative producing volgens Simon Sharkey: Door grenzen heen breken: van gebouwen, sociale klassen, amateurs en professionals. Houd een open mind, ga de dialoog aan, versterk elkaars talenten en benader theater met een frisse en energieke blik.

Paneldiscussie

Uit de zwarte doos

Moderator Van Schaik vraagt de sprekers in het middagprogramma: "Wat zijn volgens jullie de specifieke kwaliteiten die belangrijk zijn voor de crea-



Marjo van Schaik (l) en Simon Sharkey (r)

tive producer?” Lewandowski: “Zonder vrees de rol van leider op je nemen: met visie, kennis en verkooptalent.” Sharkey: “Niet opgeven, een open mind houden voor nieuwe ideeën, verbindingen leggen, flexibel blijven en niet volgens strikte methoden werken.” Gáspár: “Gaaf dit vak ook samen met een gezin en kinderen? Ja, het gaat er steeds weer om of je goed kunt combineren.” Vanuit de zaal: “Minder georiënteerd zijn op het product en meer op het proces. Creative producers moeten meer lagen in de samenleving met elkaar verbinden, meer noodzaak zien om de vrije ruimte van kunstenaars te beschermen en ervoor zorgen dat ze niet alleen geïnstrumentaliseerd worden.” Van Schaik: “Waar hebben we de zwarte doos nog voor nodig, als het bij creative producing gaat om out of the box denken?” Sharkey: “Theater draait om het exposeren van ideeën en dat kan ook op straat. Je hebt de zwarte doos niet nodig, je hebt ideeën nodig.”

Lewandowski: “Bussen, schoolpleinen, badkamers of digitaal: ik denk niet dat het bestaan van een traditionele ruimte essentieel is voor creative producing.” Gáspár: “Oerol zien vanuit Budapest zorgde indertijd voor een explosie in mijn hoofd. Ze spelen daar ook op het strand! We naderen het einde van een periode”, vervolgt hij. “We proberen de bestaande infrastructuur te verdedigen, maar dat begint erg moeilijk te worden.” Deuflhard: “Net als de zwarte doos zijn ook de regelgeving en reglementen, waaraan het theater is gebonden, ter discussie te stellen. Maar het gaat er om de infrastructuur in je eigen voordeel te gebruiken.”

Vraag vanuit de zaal: “Hoe benader je publiek om geld te geven? Als iets dat goed en gezond is om te doen in de samenleving?” Lewandowski: “Het begint met ‘geef me 25 euro en ik geef je iets terug.’ Creëer evenementen die een toegevoegde waarde voor de gever hebben. Het gevoel geven dat geven goed voelt. Nooit verongelijkt doen.” Tegen studenten zegt zij: “Laat je gezicht laten zien en laat je horen, ook bij de politiek. Ze hebben het verhaal al vaak gehoord: maar nog niet van jou als jonge maker.”

Dag 2

Op de tweede dag van het symposium opent Jessica Bowles, Principal Lecturer Creative Producing and Collaborations bij de Royal Central School of Speech and Drama in Londen, met een korte terugblik en voorzet. Zij vertelt een anekdote ‘dat je, voordat je een oordeel over iemand velt, eerst een flink stuk op zijn of haar schoenen moet lopen’. Ofwel: leef je in als creative producer en wees *responsive*. “Creative producing is flexibel zijn en zonder vrees”, zegt zij. “We zijn ondernemers die overal de verbindende schakel zijn, al zijn die schakels steeds in beweging. Accepteer geen ‘nee’: zeg liever achteraf sorry, dan dat je vooraf toestemming vraagt.”

De domeinen rond de kunstwereld

Quirijn van den Hoogen, universitair docent kunstsociologie en kunstbeleid bij de Rijksuniversiteit Groningen, geeft vervolgens een theoretische analyse van het krachtenveld waarin de creative producer opereert. Hij baseert zijn verhaal onder meer op denkbeelden van zijn collega Pascal Gielen en van

Luc Boltanski en Laurant Thévenot. “Theorie is een kwestie van een stap terug zetten en uitzoomen van de praktijk”, houdt hij de zaal voor. De creative producer ziet hij als een jongleur die heel veel ballen in de lucht houdt: artiesten, de markt, consumenten, theaterdirecties, distributeurs etc.” Om het speelveld van die ballen in kaart te brengen, geeft hij een schematisch overzicht van de manier waarop mensen hun handelen in de samenleving rechtvaardigen. Daarbij onderscheidt hij een zestal zogeheten ‘waarden regimes’. Relevant voor de kunstwereld zijn de volgende twee. De *cité inspirée* verwijst naar de wereld die geleid wordt door ideeën en inspiratie, zoals kunst en religie. Hier herken je aan de Romantiek verwante waarden. Tegenovergesteld hieraan is de *cité industrielle*, waar het draait om productief en efficiënt zijn en de regels volgen. Competitie en winst maken zijn hier de overheersende waarden. De grootste spanning bestaat tussen de waarden van *cité inspirée* en *cité industrielle*. Dit spanningsveld is ook terug te zien in de kunstwereld in deze tijd. In het verlengde van deze ideeën zijn verschillende domeinen te onderscheiden die van invloed zijn op de kunstwereld. Zoals de ‘industrial world’, de ‘civic world’, de ‘domestic world’, de ‘market world’ en de ‘fame world’. Inzicht in deze domeinen en hun bijbehorende waarden en de onderlinge wisselwerking daartussen is belangrijk voor creative producers. “De vraag is: door welke waarden laat jij je leiden? Door de marktaandeel bijvoorbeeld? Wees je dan daarvan bewust. Welke domeinen zijn dan belangrijk voor je en hoe kun je daarmee omgaan?”

Leer balanceren

“Belangrijke waarden in de kunstwereld zijn inspiratie, dromen, esthetiek, het onzegbare”, benadrukt Van den Hoogen. “Het feit dat je dit alles niet goed in woorden kunt vangen, maakt de kunstwereld kwetsbaar. Hoe verdiedig je die waarden in de marktwereld, waar vooral competitie overheerst?” Of tegenover de industriële wereld, waar het draait om productie, procedures, efficiency en reproduceerbaarheid? In de ‘fame world’ staan bekendheid en publiciteit centraal, waar een producent als Joop van den Ende goed op in weet te spelen. “Grote musicals passen goed bij de ‘fame world’ en de ‘domestic world’, waar het draait om het familiegevoel en groeps-

gedrag. Bij subsidies moet je denken aan de 'civic world', met waarden als gelijkheid en sociale rechtvaardigheid." De 'market world' neemt in deze tijd de overhand, waardoor de creative producer zich als het ware in een industrie begeeft. Het speelveld verschuift van de publieke ruimte (met overheids-subsidies) naar de vrije markt. "De creative producer balanceert tussen al deze waarden en werelden in. Om overzicht te houden, kan het handig zijn in overzichtelijke typeringen te denken. Om het even uit de onontwarbare kluwen te halen en schematisch weer te geven. Zodat je weet in welk krachtenveld je zit en hoe je daar bewust mee kunt omgaan." Invloedrijke ontwikkelingen die door dit alles heen spelen zijn de toenemende globalisering, mediatisering en versnelling, benadrukt hij. Denk daarbij aan termen als global village en global network en de steeds sneller wisselende trends.



Quirijn van den Hoogen

The passie achter de pitch

Na de pauze splitsen de deelnemers zich op in workshops van onder meer Liz Moreton over 'Lokale communities', Sheila Lewandowski over 'Relaties opbouwen', Máté Gáspár over 'Sociaal ondernemerschap en educatie' en Serhan Ada, Cultural Management Professor bij de Bilgi University in Istanbul, over 'Sociaal ondernemerschap en publiek'.

Lewandowski zoomt in haar workshop verder in op de vaardigheden van de creative producer om relaties op te bouwen. Waar draait het in de kern om als je iets voor elkaar wilt krijgen? "Wat zijn je doelen? En hoe vertaal je je ideeën naar termen en inzichten die verkopen? Niet zoals 'donuts voor iedereen' maar één op één. Als je het niet overtuigend brengt, komt je verhaal niet aan." Zij vraagt de deelnemers: "Wat wil je: waar ben je gepassioneerd over?" Na ieder verhaal geeft zij kort commentaar. Door een ingewikkeld verhaal, een zweverige boodschap of teveel theorie word je als toehoorder niet geraakt. Maar een kort betoog recht vanuit het hart treft direct doel. "Waar het om draait is of je passie en kennis van zaken écht overtuigend overkomen bij anderen." Zij haalt de anekdote uit haar lezing aan over de 'elevator pitch': de politica die zij in de lift aansprak over The Chocolate Factory. Ze had een paar minuten de tijd om tot deze politica door te dringen. "Dan draait het om een heldere boodschap, overzichtelijke feiten en overtuigingskracht." Deze 'elevator pitch' laat zien: als jij het voelt, voelen anderen het ook.

"Het draait steeds om de passie achter de pitch. Je netwerk uitbreiden heeft geen zin als je geen boodschap hebt. Daarna volgt de kennis: kort en duidelijk uitleggen waar het om draait. Mensen willen feiten, niet teveel details."

Waar begin je als je een project hebt? Bij de vraag welke resources je nodig hebt om het tot stand te brengen. Start bij het netwerk direct om je heen.

Wil je een project doen in een bus? Dan heb je een bus nodig, een chauffeur, verzekeringen etc. Kijk waar en bij wie in je omgeving je toegang kunt krijgen."

Open Space Session

Hoe kan de creative producer het verschil maken? Die vraag staat centraal in de Open Space Session, een informele en inspirerende discussievorm. De deelnemers brengen zelf hun onderwerpen naar voren, brainstormen daar tegelijkertijd over in verschillende groepen en schrijven hun bevindingen in steekwoorden op grote vellen papier. De regels en rollen bij de gespreksessies zijn los en speels. Zoals 'the law of two feet': vertrekken als een gesprek je niet meer inspireert. Gespreksleider Jessica Bowles: "Deze sessie wordt gestuurd door wat jij wilt van deze middag. Het is jouw verantwoordelijkheid om dat na afloop mee naar buiten te nemen. Neem iets waar je écht gepassioneerd over bent en met anderen over wilt praten." De eerste onderwerpen komen al snel op de vellen papier in het midden van de kring waarin we zitten: 'progressief blijven in conservatieve tijden'; 'met jongeren werken'; 'echt multiculturele kunst'; 'een revolutie creëren', 'skills set voor de creative producer', 'welk verschil willen we maken?'.

Discussierondes, in steekwoorden:

Hoe kun je progressief blijven in conservatieve tijden? Het draait om onzekerheid versus veiligheid. Sleutelwoorden zijn dan: beschermen, vertrouwen, ruimte maken en nemen. Luisteren naar de omgeving maar wel autonomie in keuze houden. Het gevoel van urgentie is er nog. Het systeem draait nog dus we draaien mee. Actie: daadkracht als de tijd rijp is. Zeer kritisch blijven. Openheid: mentale ruimte. Intrinsieke inspiratie, leiderschap en kracht, passie.

Wat is echt multiculturele kunst? Deze term zou niet moeten bestaan. Het is al lastig op de Theaterschool. Ze willen de samenleving weerspiegelen maar in feite gebeurt dat niet. Het mengen van kunstvormen, culturen, religies en sociale achtergronden zou vanzelfsprekend moeten zijn maar voelt geforceerd. De oplossing zit in heterogeniteit creëren; gezamenlijk ideeën ontwikkelen; voorstellingen maken met ruimte voor ieders cultuur en talent; een meer open ideologie bij de kunstopleidingen; meer ruimte om je eigen schoolstijl te ontwikkelen.



Jessica Bowles opent de Open Space Session

Hoe bereiken we jongeren? Met nieuwe kunstvormen. Denk aan straat-evenementen; parcours met een audiotour door de buurt; mengvormen zoals hiphopopera; beatboxing en spoken word; karaoke-shows; digitale platforms en videogames. Hoe breng je de dialoog met jongeren een stap verder? Houd rekening met hun achtergrond thuis, ga door met peer-educatie en stel netwerken samen van mensen die dezelfde passie delen.

Een revolutie op gang brengen: welk verschil willen we maken als creative producers? Alles is gezegd, maar hoe brengen we politici ertoe écht te luisteren? Hoe leggen we een verbinding: artistiek en vanuit het hart? Het gaat daarin om lange termijn denken; verbindingen leggen met de samenleving; samenwerken door open te zijn en bereid om te delen. Dat is belangrijk voor de creative producer, dat kan de basis zijn voor het discours dat je wilt voeren. Politiek correct zijn kan saai zijn. In Nederland is politiek theater vaak preken voor eigen parochie. Plezier is wat je met het publiek verbindt. Dit is een serieuze tijd, is dat het moment om plezier te maken? Revolutie is



Open Space Session

ook plezier: breng mensen op de been, de straat op! Het gaat om passie, om de sparkle of life. Juist de creative producer is degene die buiten de gebaande paden kan treden. Door muren af te breken. Respect voor elkaars vak en vaardigheden zijn belangrijk, maar soms moet je een interventie doen. Waarom doe jij dit op deze manier? Je moet verbindingen leggen, écht contact maken en op het gras van een ander durven stappen. Maar alleen vol zelfvertrouwen en succesvol zijn is niet alles: wees ook open, kwetsbaar en sensitief. Falen en negatieve ervaringen mogen op tafel. Wees daar niet beschaamd over. Wees ook creatief in hoe je daardoor kunt groeien. Dat is niet altijd wat studenten leren en horen: we moeten iets bereiken. Misschien is de oplossing: commercieel zijn naar buiten toe en speels, experimenteel, met het risico om te falen, tegenover elkaar. Hoe creëer je een school zonder muren? Hoe kan de school meer in contact komen met de buurt en de politiek? Als mensen niet naar jou toe komen, ga naar hen toe. Zorg voor de juiste sparkles en druk op de juiste knoppen.



Open Space Session

Hebben we een negatief toekomstbeeld? Hebben jonge mensen geen ruimte en instrumenten om hun verhaal te vertellen? Geef AHK studenten de tools mee om echt de confrontatie aan te gaan met de wereld en de praktijk waarmee ze moeten dealen. De best practice van vandaag ligt morgen al in het verleden.

Is het nieuwe concept voor het vak ook holistisch? De creative producer is de spin in het web waar alle lijntjes samenkomen. Veel breder dan alleen de producent of productieleider. Alles komt aan bod: publiek en communities, theaters en alternatieve speelplekken, sponsors en subsidiënten. Het gaat om een breder concept dat aansluit bij de tijdgeest. Ga uit van de veranderingen die gaande zijn en loop daar liefst op vooruit. En bedenk: de creative producer is een duizendpoot en kan ook zonder geld of gebouw nog uit de voeten.

Aan het slot van de dag geeft Jan Zoet, directeur van de Amsterdamse Theaterschool, zijn persoonlijke terugblik op het symposium. “De kunst zelf wordt uitgedaagd en grenzen vervagen. De podiumkunst is in competitie met andere media, platforms en evenementen. Traditionele theatervormen en theatergebouwen worden uitgedaagd. Zelfs de relevantie van kunst ligt onder vuur als linkse hobby. Dit speelt overal, ondanks de verschillen in de wereld. Maar de grootste uitdaging is de digitale revolutie in de wereld.” Hij geeft een quick scan van de uitdagingen waarvoor we ons geplaatst zien. In Turkije en Hongarije draait het om restauratie en centrale controle van de staat. In de UK en USA domineert de vrije markt, dankzij voortvarend ondernemerschap en een geefcultuur. Het Duitse en Nederlandse model bevinden zich hier tussenin: er is zeker vernieuwing mogelijk en een uitdaging zit in de omgang met het publiek en de publieke opinie. “Waarom lijken we terrein te verliezen in deze tijden van transitie?”, vraagt hij de zaal. “Wat zijn de nieuwe bases en motieven om kunst te steunen?”

Hij herhaalt de belangrijke quotes uit de lezingen van de afgelopen twee dagen. Liz Moreton legt de nadruk op connecties maken en écht betekenisvol zijn voor communities. Met een vaste plek in de stad die midden in de community staat en als een anker kan werken. Marcus Faustini ziet theater als een middel voor participatie en democratie. Theater is een arena van artiesten die verschillende werelden samenbrengen. Een post-digitale ruimte waar mensen worden gepresenteerd in plaats van gerepresenteerd. Theater helpt om de wereld beter te begrijpen. Máté Gáspár vraagt zich af of theaters zich niet teveel geïsoleerd hebben van de samenleving die hen zou moeten dragen. Sheila Lewandowski bewijst dat netwerken, overtuigingskracht, ondernemerschap en gedreven leiderschap het verschil maken. Simon Sharkey inspireert omdat hij in staat is de muren tussen de wereld van communities en kunstenaars af te breken. Ga de dialoog aan met mensen, creëer een open plek waar ze thuis zijn en kunnen samenwerken. Met een open en verfrissend creatieve en energieke benadering van theater, die niet gebonden is aan traditionele vormen en definities.



Yvonne Guis voor ideeënwand Open Space Session



Open Space Session

Hakan Silahsizoklu ‘goes guerrilla’ met alternatief privaat theater en krijgt steun van bekende tv-acteurs, om zo nieuw publiek aan zich te binden. Hij waardeert de professionaliteit in Nederland maar denkt dat er veel te leren valt van het gevoel van urgentie in Turkije.

Uit de kunsthemel gevallen

“Was er een teveel aan creativiteit in de kunstwereld?”, vraagt Jan Zoet zich af. “Zijn we door een overdaad aan experiment de verbinding met de samenleving kwijtgeraakt? Met gebrek aan relevantie, toegankelijkheid en duurzaamheid als gevolg.” Misschien zijn we uit de kunsthemel gevallen, denkt hij. En verliezen we in reactie daarop de essentie van kunst uit het oog? Kunst is ook autonoom en niet alleen een voertuig voor sociale en economische doelstellingen. Om met Lewandowski te spreken, zegt hij: “Er is niet één manier: beide invalshoeken kunnen naast elkaar bestaan en elkaar beïnvloeden. Het publiek terugwinnen en daardoor geïnspireerd raken maar niet de vlag overdragen aan instrumentele kunst.” Zoek de



afsluiting Open Space Session

balans tussen innovatieve kunst en instrumentele kunst, is zijn advies. Tussen veiligheid opzoeken en het risico nemen dat nodig is om totaal nieuwe presentatievormen te vinden. Zelfs de zwarte doos kun je achter je laten, om naar mensen toe te stappen en écht de dialoog aan te gaan. “Volgens Marcus Faustini komt innovatie niet voort uit de kunst maar uit de cultuur waarin mensen leven. Dat is denk ik essentieel. Als creative producers moeten we die relatie samen met de kunstenaars herstellen en de vrije ruimte voor kunstenaars claimen. Kunst is altijd authentiek en kan alleen uitdrukken wat een kunstenaar beweegt.”

Tot slot is het de vraag hoe je te werk gaat in moeilijke omstandigheden. “Maak een ondernemingsplan zonder geld, verover de instellingen. Als je het écht wilt, kun je het. Dat is niet alleen de American Dream, ook in landen als Turkije en Hongarije is de kunstscene inventief, vastbesloten, slim en geslepen. In dit digitale tijdperk moeten we een ‘sense of place’ en een ‘sense of belonging’ creëren.”



Jan Zoet

COMMUNITIES

een verslag: Pauline Otten

(student Opleiding Productie Podiumkunsten)

33

Dit symposium gaat over de community, zoals Gwenoële Trapman duidelijk maakt in haar openingsspeech. In het kader van het zoeken naar andere vormen van kunst produceren, in tijden van het wegvallen van subsidie, staan deze twee dagen voor mij in het kader van een verdieping naar de community. De community is een belangrijk begrip in context van de Creative Producer en cultureel ondernemerschap. Ondanks dat wij als klas inmiddels al twee jaar betrokken zijn bij het onderzoek naar creative producing en cultureel ondernemerschap, is de community nog steeds een heel breed begrip in deze context. Voor mij bleek deze verdieping een belangrijk onderdeel om de kwartjes te kunnen laten vallen.

Op de eerste dag van het symposium spreekt Liz Moreton als eerste over het Battersea Arts Centre in London, waar zij het programma The Agency is begonnen met jonge mensen uit de 'slechtere' buurten van London. Deze jonge mensen hebben weinig connectie met de kunsten en The Agency wil deze jongeren de mogelijkheid bieden om hun eigen leven een omwenteling te bieden door hen in aanraking te brengen met kunstenaars en een creatieve manier van denken. Moreton en The Agency hebben hun aanpak gebaseerd op de aanpak van Marcus Faustini, die in Brazilië de jonge mensen uit achterstandsbuurten de protagonisten van hun eigen leven maakt. Marcus Faustini legt het in het skype interview beter uit dan Moreton. Faustini vertelt dat hij door middel van het aanreiken van een andere manier van denken (een creatieve manier van denken) de jonge mensen de leiding over hun eigen leven leert nemen. Daar waar iedereen tijdens het symposium laaiend enthousiast is over het werk van Faustini en Moreton, omdat ze beiden goed werk doen voor de community in de kansarmere buurten in deze grote steden, wordt terecht de kritische vraag

gesteld in hoeverre dit niet gewoon community werk is, in plaats van kunst maken. En ook ik vraag me af of op die manier de community verrijken, of dat een vereiste is van creative producing. Ik kan me zo voorstellen dat hun aanpak in het maken van kunstwerken vooral werkt, omdat het onderliggende doel het verrijken van de levens van de jonge mensen is. Bovendien lijkt het erop dat zowel Faustini als Moreton (maar misschien vooral Moreton en Battersea Arts Centre – wat niet erg is) een community hebben opgezocht waarin nog veel te verbeteren is, terwijl zij zich niet per se bevonden in deze communities.

In dit opzicht laat vooral Amelie Deuflhard van Kampnagel uit Hamburg een andere vorm van community zien. Deuflhard en Kampnagel hebben al jaren een heel belangrijke community, die zich tot in essentie verbonden voelt met de plek. Deuflhard heeft deze community volledig omarmd en tegelijkertijd gezocht naar communities die verschillen, maar ook aansluiten. Stap voor stap heeft zij haar communities uitgebreid, waardoor Kampnagel nu een plek is waar alle lagen van de samenleving elkaar ontmoeten in de foyer. Het grote verschil tussen Moreton en Faustini aan de ene kant en Kampnagel aan de andere kant, is dat de eerste naar de community is toegegaan en dat de tweede de community in het gebouw heeft gehaald. De laatste gaat buiten de deur op zoek naar communities en betreft ze vervolgens in het programma. Bovendien lijken de kunstenaars bij Kampnagel leidend te zijn in het maken van de kunstwerken.

In de paneldiscussie komt naar voren dat het opzoeken van communities of het participeren van communities van intrinsieke waarde moet zijn in het werk en niet geforceerd moet worden vanuit de producerende kant. Een waardevolle en terechte opmerking lijkt mij zo.

In deze kijk op de community lijkt Hakan Silahsizoglu uit Istanbul een minder specifieke bijdrage te leveren. Hij heeft een interessant verhaal, wat ik al eerder hoorde tijdens de studiereis, maar in mijn optiek legt hij vooral uit welk groot verschil er bestaat in Turkije tussen mainstream en experimenteel theater en hoe dit het theatersysteem bemoeilijkt.

Tijdens de tweede helft van de eerste dag biedt Sheila Lewandowski van The Chocolate Factory in New York weer een andere kijk op communities en hun verhouding tot de gemeenschap. Zij vertelt dat ze de 'geographic community' gebruikt in de bedrijfsvoering, maar dat zij haar artistieke visie niet verandert naar de wensen van die community. Zij geeft aan dat ze de gemeenschap waarin haar organisatie zich bevindt als fundament heeft genomen in het opzetten van haar organisatie. Zij heeft de geografische gemeenschap grondig onderzocht en de bestaande synergie erkent. Hierdoor sluit The Chocolate Factory goed aan bij de bestaande omgeving, en steunt haar bedrijfsvoering. Haar omgeving heeft echter geen invloed op haar artistieke beleid. Voor mij schetst Lewandowski een goed voorbeeld van hoe je een community kan inzetten als je een organisatie op een vaste locatie hebt, net zoals Deuflhard dat doet. Toch blijf ik me afvragen of je op die manier ook een gezelschap kan runnen die voorstellingen maakt en die op verschillende locaties speelt.

Máté Gáspár, de voormalige zakelijk leider van Krétakör, een belangrijk zelfstandig Hongaars theatergezelschap, legt uit dat Krétakör haar community anders is gaan inzetten voor haar voorstellingen. In Hongarije is de overheid een belangrijke (financiële) speler in het theaterlandschap. Krétakör heeft zich altijd geprobeerd los te koppelen van de overheid en subsidie. Gáspár beschreef de artistieke veranderingen die Krétakör heeft ondergaan in de 12 jaar dat hij het gezelschap zakelijk leidde. Deze artistieke veranderingen zijn onder andere nodig geweest vanwege een andere vorm van produceren. Er is sprake van een wisselwerking tussen de artistieke wensen en de financiële voorwaarden. Bij beiden vraagt de context een creatieve oplossingsgerichte mentaliteit. Krétakör begon met het maken artistieke theatervoorstellingen. Over de jaren zijn de projecten van Krétakör getransformeerd in 'creative community games'. Bij deze games bestaat de community zowel uit de deelnemers van de game als de toeschouwers. Bovendien beschouwt Krétakör de community als medemakers en gaan de games over sociale problemen. Bij Krétakör wordt de community dus zowel gebruikt als een ingang voor de inhoud van de game, en dient ze tegelijker-



Pauline Otten (met microfoon) in de Open Space Session

tijd als doelgroep van de games.

Ook Simon Sharkey heeft een inspirerend en voor mij nieuw verhaal over het maken van theater voor verschillende groepen mensen. Simon Sharkey en zijn National Theatre of Scotland maken theater zonder muren. Elke project begint zonder voorwaarden en wordt gemaakt vanuit de beste aanpak voor het eindresultaat. Er is dus geen sprake van een vorm die altijd wordt gebruikt om een verhaal te vertellen. Voor elk project wordt dat opnieuw bepaald. Bovendien maakt het National Theatre of Scotland niet vanuit het idee van een doelgroep. Zij laten die vraag links liggen en gaan theater maken vanuit een artistiek idee. Wel zoeken ze per project de beste lokale partners voor het vertellen van het verhaal. Op die manier maakt het National Theatre of Scotland gebruik van de verschillende lokale communities.

In de paneldiscussie wordt de vraag gesteld wat de kenmerken van een Creative Producer zijn. De sprekers komen tot een lijstje steekwoorden: fearlessness, leadership, knowledge, salesmanship, openness to the ideas of others, openness to connections, openness to dialogue, flexibility, passion and motivation to keep going. Daarnaast moet je oog hebben voor zowel de kunstenaar als het publiek. En de omgeving waar je in bevindt.

Dag twee wordt geopend door Jessica Bowles, principal lecturer aan de Royal Central School of Speech and Drama in London. Zij geeft een samenvatting van dag 1. Daarnaast maakt zij de intelligente en waardevolle opmerking, dat het beter is om te vragen om vergiffenis, dan toestemming om te handelen. Dit natuurlijk in het kader van zonder angst handelen. Bowles geeft vervolgens het woord aan Quirijn van den Hoogen, universitair docent kunstsociologie en kunstbeleid aan de Rijksuniversiteit Groningen. Van den Hoogen geeft een theoretische lezing over cultuurbeleid en de erkenning van de waarde voor de samenleving als een gegronde reden voor subsidie. Deze theorie is gebaseerd op de theorie van Boltanski en Thevenot, die iets zegt over de verschillende waarde regimes. In de kunstwereld overlappen verschillende waarde regimes: industrial world, market world, fame world, civic world, project world en de domestic world. Elk regime heeft bepaalde waarden. Zo speelt in de market world competitie een grote rol en in de domestic world familie en de regels van de groep. De kunstwereld balanceert op de waarden van de verschillende regimes. Daarnaast is de kunstwereld te plaatsen in een diagram met twee variabelen. De eerste variabele is het belang van netwerken, de tweede variabele is de oriëntatie op ontwikkeling of het eindproduct. Door deze regimes en deze variabelen tegen elkaar af te zetten kan je inzicht krijgen in een artistieke biotoop en op welke manier een kunstproject volgens dit schema het beste gefinancierd kan worden. Voor de inhoud van het symposium was het heel prettig om naar Van den Hoogen te luisteren, omdat hij een duidelijke theorie uiteen zette en een goede bijdrage was aan het theoretische niveau van het symposium. Desondanks is het dusdanig theoretisch, dat ik niet direct weet hoe ik het zou moeten toepassen in de praktijk.

Het tweede deel van de dag begon met een workshopronde. Ik volgde de workshop bij Máté Gáspár, die een link probeerde te leggen tussen het creatieve proces en een educatief proces. Een interessante gedachte, omdat het bij beide processen gaat om het leren of de ontwikkeling, en niet om het eindproduct (een kunstwerk/voorstelling of kennis). Vervolgens vond er een Open Space Session plaats, die geleid werd door Jessica Bowles. In de Open Space Session kon iedereen een vraag of onderwerp aanbrengen waarover gesproken kon worden in groepen. Ik heb -en vermoed dat dat voor iedereen geldt- tijdens deze Open Space Session interessante gesprekken gevoerd en dat het een goede afsluiting was van het symposium, omdat eigen vragen en onderwerpen konden worden besproken.

Het belangrijkste kwartje voor mij dat gevallen is tijdens dit symposium is dat het begrip community op verschillende manieren gebruikt kan worden en gebruikt wordt. Het grootste verschil ligt erin dat de community aan de ene kant gezien wordt als de geografische community, die belangrijk is voor de bedrijfsvoering. Wie bevindt zich in de directe omgeving, in letterlijke zin? En hoe zit die omgeving in elkaar? Wat betekent deze omgeving voor de organisatie en wat kan de organisatie betekenen voor de omgeving? Daarnaast kan de community ook gezien worden als de gemeenschap voor wie en met wie een kunstwerk gemaakt wordt. Daarin kan dan nog gekozen worden om voor en met een community te werken waarin je jezelf al bevindt of een community te zoeken waar je nog niet in zit. Beide opvattingen over community raken elkaar en beïnvloeden elkaar. In alle gevallen is: durven handelen, jezelf goed informeren, open staan voor anderen en flexibel zijn van belang. Bovendien zijn er meerdere manieren om te bereiken wat je wilt, zolang je het maar wel doet met passie en overtuiging.

NEW MODELS FOR PRODUCING THE ARTS

39

openingswoord dag 1: Gwenoële Trapman

Good morning, welcome to all of you, professionals in the field of the arts, students and alumni, and of course a warm welcome to our guest speakers. My name is Gwenoële Trapman and I am the artistic leader of the Bachelor Program Creative Producing and Stagemanagement of this school. Before I tell you a little bit more about the context of this symposium I would like to introduce to you the other members of the creative team who organized this symposium with me (please show yourself):

First of all Jessica Bowles, she is the principal lecturer and course leader of the Master program Creative Producing of Central School of Speech and Drama in London and my international colleague and partner in developing courses for Creative Producing. Judith Wendel, teacher and dramaturg, together we do the research and development of the program for the Creative Producer at the Theaterschool. Marjo van Schaik, our chair of the day, co-organizer of the symposium, and creative producer. Yvonne Guis, our fourth year student. This symposium is the last part of her program this year and after these two days she will be graduating as a very promising and no doubt wonderful professional in the field of Theatre and Festivals. Sterre Bijl, first year student and assistant to Yvonne and Marjo.

If you have any questions during the day or any special request, please come to any of us and if possible, we will be more than happy to help you. And of course I would like to introduce you to Jan Zoet, director of our Theaterschool, without his support this symposium would not have been possible. Which of course is also true for the other organizations who supported us, Dutch Culture, Fonds Podiumkunsten, Theatre Studies, University of Amsterdam and Marijke Hoogenboom from our Lectoraat Podiumkunsten in Transitie.



Gwenoële Trapman

Over a year ago now Jessica Bowles and I decided to work together in organizing this symposium because we both felt the urgency in Holland as well in England to develop new models for producing the arts. Over the last couple of years, since the cuts in governmental funding in the arts, the models for cultural entrepreneurship are all more or less based and influenced by economic criteria, art is becoming a product, the audience our customers, the artist an entrepreneur. In our vision there is an other model

possible for cultural entrepreneurship, which we call Creative producing. In this model, art is not a product merely to satisfy our clients or costumers, to be defined by economic values only. Creative Producing in our vision is the triangle between the producer with his artistic vision, the co-creation with the artists and creative teams and the community. A model, based on artistic, cultural, social and economical criteria. The community is not only the audience but the total social environment. In this model, art as a product can confirm and satisfy the audience in its needs but can also, or maybe should also, question, scuff, invite or convince the audience on a non-predictable base. Audiences are seen as co-owners of the work, involved and engaged. In our last two symposia Creative Producing/Making Places and Creative Producing in Festivals in Holland we mainly focused at the artistic mission of the organizations who were invited and we tried to understand the consequences of their artistic mission in finding the right audiences and money to run this organization. This year we focus on the social aspect, the aspect of the communities. All our invited best practice models (and we are very proud to have them here) have in common that they have a special relationship with their communities based, again, on their artistic vision. Today and tomorrow, with the help of the speaker and workshops of tomorrow, we will also discover how to measure these relationships culturally, socially and economically.

During this symposium we would like to ask our guests speakers and you, professionals in the field of the arts and the students, to investigate and discover with us at all the models presented. And because this is a school of course we want to invite all of you to develop with us a new set of skills, for the creative producers of today and tomorrow. We will organize more symposia and meetings in the near future, Jessica Bowles will tell you more about our future plans tomorrow. Enough said for now, lets learn and enjoy!

SOCIAL CREATIVE ENTREPRENEURSHIP/MAKING A DIFFERENCE

DAY ONE, 23 June 2014

Introduction. Across Europe funding for the arts is increasingly decentralised with support coming directly from individuals and organisations rather than from Government. Whilst this presents obvious challenges, it also offers us an opportunity to connect arts practice more directly to the community and social environment.

The role of the producer is well established and has always had a cultural enterprise dimension, the title 'creative producer' signals a development of the role, driven by an artistic vision and the desire to cocreate within a creative team and their communities.

New models of creative producing are emerging. Gwenoële Trapman (artistic leader of the Opleiding Productie Podiumkunsten) invested those new models in the report 'Creative Producer, vision and mission' (OPP/Theaterschool Amsterdam, February 2012) and it identified practices in the UK, USA and Belgium that demonstrate effective ways of producing that engage communities to create cultural, social and economic value and therefore greater opportunities for artistic infrastructures to be sustainable. This led Gwenoële to develop Creative Producing as a specialization subject for students at the OPP, taking the expertise to the next level at the Theaterschool. For the last three years she has organised a yearly symposium on this topic for professionals and students. In 2012 the focus was about Creative Producing/Making Places, 2013 focused on Creative Producing by the Dutch festivals. This year the symposium will be organized in cooperation with the Royal Central School of Speech and Drama (London) on the topic of Social and Creative Entrepreneurship, with international guests from Hungary, Britain, Scotland, Brazil, Turkey, and New York, USA.



Liz Moreton

Program

9.30 Arrival and registration. 10.00 Opening by **Jet de Ranitz**, president of the executive board, Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten. Welcome by **Gwenoële Trapman**, artistic leader of OPP.

Moderator **Marjo van Schaik**.

Panel 1 **Liz Moreton**, senior producer Battersea Arts Centre, United Kingdom. *'How do you build relationships with 'hard to reach' young people and communities? Which young people are you currently not reaching who you would like to? Who are they? What are their ideas and desires?'* Over the last year Battersea Arts Centre, Contact Theatre and Peoples Palace Projects have been working with young people aged 15-29 years in London

and Manchester adapting for the UK Marcus Faustini's Agencia de Redes para Juventude, a programme developed in the favelas of Rio de Janeiro.

"Thanks everyone for a really inspiring couple of days.
My head is buzzing with ideas after all the brilliant conversations!
Hope you all had a great last night and speak soon!"
(Liz Moreton)

(prerecorded) skype interview with **Marcus Faustini**, Agenica Redes Para Juventude, Brazil. *The programme works with young people who have lived a significant part of their lives in deprivation, at high social risk. Through a devised theatre methodology The Agency develops their ideas in to social enterprises and gives young people, at the start of their adult lives, experience of being the protagonist; of being able to make change and have an impact on their lives and the lives of those around them.*

Hakan Silahsizoglu, cultural operator, Turkey. *The subjects Silahsizoglu will address are: how can Turkish theatres still produce plays and open up new venues when there is no government support, how to run a private theatre company in a sustainable way, how can private theatres operate in Turkey and how they find their audience, what is the audience' response to private theatres, and what is the situation of actors and technicians in private companies and venues.*

"It was such a great experience to involve at the symposium and exchange all this great information/experience together with the students and professionals. I hope to continue our relation for a longer future. Lets stay in touch and please do let me know about your future plans and see what I can bring it in with pleasure."
(Hakan Silahsizoglu)



nlr Liz Moreton, Amelie Deuflhard, Hakan Silahsizoglu in gesprek met de zaal

Amelie Deuflhard, Artistic Director Kampnagel, Germany. *Kampnagel is a productive laboratory for ideas, a think tank, a place for controversy, but also a vivid concert hall, music lounge, club. We work on new formats, that seek to explore contemporary forms of public life, communication, interaction, participation and knowledge transfer. Kampnagel is open to the society and the surroundings. We understand Hamburg as not only the city being inhabited by our visitors, but also as a field to be explored, a place stocked with new material, a site worth investigating and of course as a stage, which we enter with mobile formats.*

“It was great to meet all of you in Amsterdam and I was very much inspired by the time we had together! Hoping to meet all of you again, here or there.”

(Amelie Deuflhard)

Panel 2 **Sheila Lewandowski**, executive director and co-founder Chocolate Factory, USA. *The Chocolate Factory Theater evolved from a nonlocation based company of transient artists to a venue with deep local roots sitting on over \$5,000,000 in support to establish a permanent local home as an incubator and presenter of experimental performance in Long Island City, Queens. The engagement with the local community was crucial in this development: from the day the doors opened on everything from post-performance drinks to an annual onenight festival celebrating local food and drink venues that raises over \$125,000 for the theater. Relationships and leadership are the cornerstone to their success and is maintained, managed and supported continuously.*

“A testimonial is forthcoming, but I want to quickly share how inspiring this symposium was for me professionally and personally. Every voice and approach was genuine, committed and successful on many levels and in different fields all connected to Creative Producing and performance. I look forward to seeing everyone again in the near and far future - in near and far lands.”

(Sheila Lewandowski)

Máté Gáspár, professor at the University of Theatre and Film Arts, Hungary. *‘Why is creative producing a term that theatre professionals are not familiar with in today’s Hungarian practices.’ Máté Gáspár will provide a brief insight into the structural, financial, operational and labor background of the field, explaining the professional-social impediments for the creative producing model to grow. Through the case of Krétakör he will highlight how the innovative management approach helped the company succeed, and what type of burdens it had to face when, in an utterly avantgarde move, the traditional frameworks got transcended. Finally Máté share a couple of remarks about the challenges the higher education system has to deal with so that a training of creative producers could be launched in the near future.*

“The symposium allowed participants to gain a particularly rich insight into different interpretation of Creative Producing. Since the concept is relatively fresh and its implementation is contingent on the local context, it was instructive to explore the different strategies that all seek to establish efficient and sustainable relationship with an ever widening circle of partners and stakeholders.”

(Máté Gáspár)

Simon Sharkey, director National Theatre of Scotland. *A theatre without walls. ‘If you could start again where would you begin?’ About the evolution of The National Theatre of Scotland and how participatory and professional arts merge to create new forms of theatre and push the boundaries of the theatrical form.*

“It was a pleasure to be able to present the work of The National Theatre of Scotland to such an eclectic audience. Whilst we do really well in getting our mission and message out in the USA and other English speaking countries we perhaps don’t get enough opportunity to share our ‘Theatre Without Walls’ model in Europe. It was very informative to hear how other models of creative producing are impacting locally and gaining interest globally.”

(Simon Sharkey)



vlnr Marjo van Schaik, Máté Gáspár, Sheila Lewandowski, Simon Sharkey

SHAPING THE FUTURE OF THEATRE

openingswoord dag 2: Jessica Bowles

Day 2 - Jessica Bowles

Hello everyone and welcome back to our second day looking at the role of the creative producer. It is great to have the people who will be shaping the future of theatre, all together in one room. *shaping I prefer today, reflecting on what we doing*

Before it isn't shaping ... before you establish or create you
 I'd like to thank all the speakers from yesterday (and I will thank something till the day I spend for the night in hotel) ... Thank you, where you are, because, being, after what is really, meaning of you, but not just *place*

Over twenty years ago inspired by work Europe and specifically in Netherlands, I started shaping and growing the new production training in London. I came to start the Theatreboard and developed a relationship that continues today

... (partnerships I'm sure will be a theme) ... and so when three years ago I started an MA and then an MFA in Creative Producing, it was natural that University and I should share ideas, traditions and also a passion to make sure that through our training ... that we would make a difference.

For me, it has been a great and occasionally a happy role to bring together what on the surface can seem different worlds of the educational and commercial sector. *in a more, because, several*
 context which I believe will discuss this morning of what can increasingly be seen as *in the*
 an Experience economy. Find me in any of the breaks and I will be more than willing to share all the mistakes I have made so far

Today we shall narrow our hearts and minds with different ways of thinking about the opportunities and challenges ahead. There will be lots to think about and also lots for us to act on practically and immediately. I would like to call on all of you, from whatever organisation or university you are from to join us and help us shape what happens next. The team here have put a lot of thought into the structure of today so we start the day with food for thought, then move straight into some practical activity and then conclude with discussion and action. By the end of today we shall have started to share the best practice in developing great training and also I promise you that if you have anything you feel passionate about, we shall discuss it. ... have been that we shall make it your how to start in it.

Day 2
 Jessica Bowles

Handout

- Lesson Plan of Independent

- the person who works between right, only constraints as leverage
- parties & app without regard to experience they currently control.

- accept with it feeling

- fearless / flexible

✓ prepared to journey without a

map but strong internal compass:

- when ^{the} ^{best} ^{idea} ^{has} ^{been} ^{produced}, ^{the} ^{idea} ^{has} ^{been} ^{produced}

①

Listening

Independent

- see from audience's perspective
- What is the idea for?
- What change do our audience have today? ^{let them} choose their own?
- lesson surrounding - the one who produced them.

②

Leadership

- "lead space" / opportunity not just people
- "gray matter"
- "candidate for leadership" main content
- Prepared for a journey without maps but with strong internal compass.
- "Cavalry coming late" note

A producer is a rare, paradoxical genius - hard-headed self-headed, cautious, idealist, a helpful parent in a few hours, a steam-pilot in stormy weather, a bulldozer when paper is light, he lives openly, almost brutally, on idealism, a worker, a practical dreamer, a repressed gambler, a fast drunk child. Not a producer. ^{often} ^{production}.

exposure the networks and partnerships that are increasingly vital to keeping theatre vibrant.

When people who don't work in theatre ask me what a creative producer is, I say that we help people that 'creative ideas happen', they work with them, their original ideas... and they make them a reality. Creatives are allowed to be impractical... we are helping to have ideas and we are all going to be responsible for making them a reality.

That's enough from me for now, I would just like to put a date in your diary for when we shall meet again and this time with a larger group of international colleagues at the Fringe Quadrennial 2025, final date to be confirmed but will be between 17th and 20th June.

So now its my huge pleasure to introduce Quintin van den Hoogen, professor of Art and Innovation and Arts Policy at the Rijksuniversiteit Groningen. Quintin will be explore theoretical perspectives on sustainable arts practice and the notion of an 'artistic biotope'.

SOCIAL CREATIVE ENTREPRENEURSHIP/MAKING A DIFFERENCE

DAY TWO, 24 June 2014

51

10.00 Opening by **Jessica Bowles**, principal lecturer Creative Producing and Collaborations at Royal Central School of Speech and Drama, United Kingdom.

“This symposium made a significant contribution to the discourse around the role of the creative producer as agent for change in an increasingly dislocated European arts scene. As a theatre educator I am very aware of the crucial role that universities play in shaping and leading change and as a contributor to the programme, what I hoped was that our discussions would initiate sharing best practice, maximise connections to existing networks and inform the training for future arts practitioners. It really did achieve that - in two intensive days, the symposium got leading professionals, artists and academics started on this journey and placed Amsterdam Theatre School as a leading proponent of international developments in the field of Creative Producing.”

(Jessica Bowles)

Lecture by **Quirijn van den Hoogen**, professor at Art Sociology and Arts Policy at the Rijksuniversiteit Groningen. Increasingly, art production can be characterized as a mixed practice. The advent of the experience economy has diversified the competition of culture and art. And publicly supported art producers have increasingly been asked to adopt market logics to increase their reach and (nonsubsidy) revenues. In this lecture Quirijn van den Hoogen will try to develop a theoretical perspective on sustainable artistic

milieus based on the notion of value regimes as introduced in social theory by Boltanski and Thévenot. These regimes form the basis for an 'artistic biotope', as proposed by Pascal Gielen, which consists of four domains with their own forms of legitimation and evidence for success. Based on Van den Hoogens own research, in this lecture he will also discuss how different funders relate to each of these domains.

11.00-12.15 Workshops **Relationship building** (Sheila Lewandowski): Questions in this workshop will be: Why did you choose to open your own venue? How did you fund your projects when you were 'homeless?' How do you fund current activities? What are the most important relationships to your success? What is the structure and relationship of your Board, staff and funders to your daily activities? What is the working relationship between the Executive Director and the Artistic Director? What support do you provide to artists? How do you select artists to be supported?

Social Enterprising and education (Máté Gáspár): The workshop will give an overview of the different educational theatre practices as developed in today's Hungary, and look at their potentials with regards to outreach and audience development for the theatres. Participants will be invited to reflect on and exchange about the particular opportunities using theatrical means for educational purposes offer. Máté will also discuss what type of additional skills and competencies are required from theatremakers besides the general professional knowledge, and the requirements they impose on the educational system.

Local communities (Liz Moreton and Rachel Feuchtwang): A workshop on listening to your community, finding out what their ideas are, what they have to offer, and finding ways to support them. How do you transform your relationship with your community? Who are you currently not working with who you would like to be? What do you know about them? What are their ideas? Please bring to the workshop an object which means something to you.

Social Enterprising and public (Serhan Ada): The workshop is designed on personal experiences and professional expectations of the participants. The session will start with a 15 min 'tour de table' where everybody will have to shortly present his/her case including the moderator. Then we'll have a common mind session trying to understand and interpret the data of the first session based on the problems and innovative solutions of other cases, notably Istanbul. Finally we'll end up with a quick a wrap up and concluding remarks.

12.30 Start Open Space Session conducted in 'Devoted and Disgruntled' mode with Jessica Bowles: How can Creative Producers Make a Difference? At this time of great transition in the creative sector, what role can the creative producer take in creating and sustaining new arts practice with social impact ? Whether you have great ideas or just lots of questions, this is a chance to share your views and together shape what happens next. Join us in an Open Space Session (lunch included).

17.30 Conclusion of the Symposium by Jan Zoet and drinks.

"Thank you for all the positive, constructive and inspiring feedback you shared with us on the symposium. Although I couldn't be around the whole time I must say that I value this meeting very highly as important steps towards a new perspective on producing and presenting arts in times of transition. It is about working and engaging local and being inspired and connected local. So I look forward seeing you all in new or old networks working towards new arts in a new culture."

(Jan Zoet)

DEVOTED AND DISGRUNTLED

Open Space Session: Jessica Bowles

Bell and

Open space script

Maps to greet me

Welcome to you all, I know that we are going to have a wonderful time together and here's Jessica!

Just stand outside the circle until introduced

Come to the edge

welcome

Welcome to Open space... I'd like to invite you to see all the other creative, imaginative, articulate, passionate people who are also here... there will be people you already know... and others you have seen and haven't met yet... allow your eyes to check out who is here!

... walk around the inside of the circle... show your!

Theme

Move to the centre

'we are here to discuss 'How can creative producers make a difference'. we know that we are in a very challenging and changing time, so what can we do ...

Don't make even the producers take the time to create a meeting and don't forget to

Open space runs on passion bounded by responsibility

By the end of our time together, we will have drafted our proceedings, I have have the front and the back cover, as you can see there is nothing in between. That empty space will remain as notes or until we all get to work. By the end of this afternoon we will have filled this wall with planned actions and within a week you will all have a report to download with everyone's discussions.

*all have
concluded
to a report
which will all
show*

How this is going to happen we shall talk about in a moment, but for now just know that it will be done.

Describe the process

In case you are curious about how we are going to get from here to there ... well its called Open Space Technology and its been developed over a good period of time, starting in 1985. It has been used all over the world with groups of people from five to two thousand. You will be surprised by how simple it is and how strongly it seems to work.

So how are we going to do this. Its very simple... in a little while I'm going to ask each one of you that comes to ... And nobody has to... to identify some issue or opportunity related to our theme for which you have a genuine passion and for which you will take responsibility. Don't just consider good ideas that somebody else might do or be interested in. Think of powerful ideas that really grab you to the point that you will take personal responsibility that something will get done.

If nothing occurs to you. That is Okay, and if you have more than one issue or opportunity, that is fine too.

- Once you have an issue or opportunity, come to the centre of the circle, grab a piece of paper and a marker
- If you have more than one issue, take several pieces of paper.
- Write a short punchy title and write your name,
- then stand up and say into the mic "My issue is... and my name is" There is no need for a speech or any sort of explanation, nothing but the facts, your issue and your name.

After you have announced your theme, take your piece of paper and tape it up to that black wall. On your way grab a post-it note from the chair, which will give you

a time and place of meeting and attach it to your paper. When you have done that return to your seat.

This is the stage where you start to wonder how you ever got into this and more importantly how you are going to get out of it...well I promise you... if at the moment you are thinking how will we fill the time... I promise that within an hour you will be thinking how will we get it all done?

So back to the process... raising an issue does not require that you are an expert on the subject. In fact the only thing that you need to have is a question. I can't speak for you, but in my life I find that that are so many people ready to give you answers to questions I have never asked or were little about. Its no idea to start with a question, your own question. Questions create an open space in which good thinking can happen and so if all you have is the question.. that is a good place to start....no PowerPoint's, no speech prepared, just state your question... and believe that your colleagues here will join with you in finding some answers that really work for you.

The Four Principles and One Law

So...now whilst you are thinking about the issues for which you have a real passion, allow me to describe the four principles and one law of open space. Of course if you have to think about what you have a passion for, perhaps you are not that passionate...

Wherever comes are the right people

...as what happens if no one comes to your group. First its possible that it was a very good question, then again it could have been a great idea, but at the wrong time. In either case you are getting some useful feedback. There is another possibility, that it's a great idea at the right time and you are the only person competent to deal with it. when was the last time you had dedicated time and space to work on a question for which you have a real passion

You may also be looking around this group and thinking 'it's a shame that person X or I isn't here / should be here' ... look at another way ... they have given us the 'gift of their absence' ... The right people are here, because you cared enough to come.

Whatever happens is the only thing that could have, real learning and real progress take place when we move beyond our agendas and convention bound expectations.

Whenever it starts is the right time

When its over, its over

You may be done in 20 mins ... but also when its not over, its not over ... carry on your discussion, ... just move to another space.

The Law of two feet

If during our time together, you find yourself in any situation where you are neither learning nor contributing, use your two feet / mobility ... to go to some more productive place.

'THE MARKET PLACE IS OPEN.'

When you're not contributing, HOLD SPACE & TIME

Back in the circle

*'It has already happened' - action underway.
System is in their system - whole system*

MAGIC HAPPENS

een terugblik: Marjo van Schaik

Vanuit de wetenschap dat de studenten van nu de theatermakers en producenten van morgen zijn, is de opleiding OPP aan de Theaterschool inmiddels ruim drie jaar geleden begonnen om het concept 'creative producing' te onderzoeken. Dit onderzoek heeft geleid langs verschillende bronnen en invalshoeken, zowel theoretisch als praktisch. Met aanvankelijk als primair doel om de leerlijn te verdiepen en verbreden en gaandeweg om een nieuwe leerlijn te ontwikkelen voor de studenten. Tegelijkertijd is het de bedoeling een impuls te geven aan de al gevestigde praktijk. Vandaar ook dat dit derde symposium nadrukkelijk open stond voor gevestigde theatermakers en producenten, die daarbij financieel werden gefaciliteerd door het Fonds Podiumkunsten. De insteek was om te leren van internationale voorbeelden, variërend van instellingen gericht op het experiment en met een klein publieksbereik tot grote instellingen met een veelvoud aan zalen en programma's, van New York tot Istanbul en Hongarije tot UK.

Een symposium over 'creative producing' roept in het culturele veld vrijwel bij iedereen positieve reacties op. Vervolgens ontstaat ook onmiddellijk discussie: waar de een vindt dat hij of zij allang aan 'creative producing' doet, zegt de ander dat het in Nederland überhaupt nog niet gebeurt. Het doel van dit derde symposium, georganiseerd door de Opleiding Productie Podiumkunsten van de Theaterschool Amsterdam, was niet zozeer om definitie kwesties op te lossen en ook niet om nog meer hokjes te bouwen dan er al zijn in de cultuursector, maar juist om nieuwe invalshoeken te bieden, gesprekken en praktijken open te breken en zichtbaar te maken dat er verschillende manieren zijn om te komen tot een vorm van cultuur 'productie', waarbij artistieke kwaliteit én het publiek én de financiële belangen niet

alleen zijn gediend, maar ook echt naar een ander niveau worden getild. Dat het hoogste tijd is voor echte vernieuwing, lijkt niet echt punt van discussie. Dat de vergaand geïstitutionaliseerde praktijk in Nederland met een groot accent op economische belangen daarbij een grote belemmering vormt is ook evident. De grootste vraag is dan ook niet of er iets moet gebeuren, maar wel wat en hoe?

De kwetsbaarheid van artistieke waarden die te maken hebben met dromen, inspiratie, het onzegbare, de verbeelding is versterkt door de focus van de culturele sector zelf op naar binnen gekeerde reflectie. Zowel op individueel makersniveau als op geïstitutioniseerd peergroup niveau, is het kwaliteitsbegrip op basis van onderling geformuleerde criteria gaan werken als het belangrijkste in- en uitsluitingsmechanisme. Zoals Van den Hoogen dit formuleert is er sprake van een sterke oriëntatie op *ontwikkeling*. Vanuit de maatschappij en de politiek is de afgelopen jaren de druk juist steeds verder opgevoerd om te verschuiven naar een meer *product* gedreven oriëntatie, waar ook publieke waarden als gelijkheid en vernieuwing aan de orde komen en marktwaarden als geld, competitie en handel. Voor de culturele sector blijkt het extreem lastig om met behoud van de artistieke autonomie tegemoet te komen aan die publieke en marktwaarden. De gevraagde verschuiving in focus voelt namelijk vooral als een verandering ten nadele van de autonomie en artistieke kwaliteit. Dit is ook begrijpelijk als je kijkt naar het door de subsidienten gebruikte jargon en de gestelde beleidskaders, waarbij het artistieke concept in maximaal 1 a4 beschreven moet worden, terwijl het businessplan en marketingplan de kern van een artistiek gedreven instelling blijken te moeten zijn. Het is vaker beschreven als een soort catch 22 situatie. Mensen als Giep Hagoort en Pim van Klink gaan nog verder en zijn van mening dat diegene die niet aansluiten bij de markteisen op de lange termijn ten onder gaan.

Gelukkig blijkt dit steeds minder waar te zijn; er ontstaan telkens weer nieuwe groepen, festivals, plaatsen waar cultureel hoogstaande, interessante en inspirerende 'producten' kunnen worden geconsumeerd, geco-

creëerd, geparticipeerd. Niet als sociaal project, maar als artistiek experiment. De d-i-y- en b-y-o concepten vormen de voedingsbodem voor nieuwe vormen van theatermaken en theater ervaren of beleven.

Makers en publiek zoeken elkaar op buiten de kaders én daarbinnen. De traditioneel scherpe scheiding tussen makers, financiering en publiek verschuift steeds verder. Er ontstaan, zoals Jan Zoet aangaf, nieuwe vormen. Niet om de oude vormen te vervangen, maar naast elkaar. Wellicht dat voor traditionele vormen toenemend de markteisen een knelpunt gaan vormen. De nieuwe vormen van maken en produceren bieden wat dat betreft meer ruimte, omdat er sprake is van een dynamiek waarbij artistieke, sociale en economische belangen met elkaar in een open verbinding staan. Daarbij is er (nog) geen sprake van 1 model of 1 methode en is het ook de vraag of die er ooit zal zijn. 'Making the difference' lijkt niet te ontstaan uit een model of het maken van keuze voor een set van waarden of posities. Het lijkt eerder te ontstaan uit een combinatie van mensen en ideeën. Dit twee aspecten maken het in de woorden van Sharkey mogelijk dat 'magic happens'.

De verschillende cases laten zien dat er succesvolle projecten kunnen ontstaan in een groot afgelegen voormalig industrieel complex als Kampnagel, maar ook zonder gebouw zoals het Scottish Theatre. Binnen een context met een overheid die eigenlijk een hekel heeft aan kunst, zoals in Turkije, en een overheid die zich afzijdig houdt zoals in New York. Iedere context vraagt om een eigen aanpak, maar opvallend is wel dat alle sprekers twee elementen telkens weer noemen. Natuurlijk gaat het om eigenschappen als durf (traditioneel verbonden zowel met kunstenaars als met ondernemers!) en doorzettingsvermogen. Meer betekenisvol zijn aspecten die worden omschreven als eigenzinnigheid en visie, waarin de artistieke component duidelijk naar voren komt, gecombineerd met onderwerpen als wisselwerking, verbinding, relatie. Gedreven, visionair, in verbinding met de omgeving, waarbij die verbinding verder gaat dan een nieuwsbrief of een subsidieaanvraag.

Het staat buiten kijf dat er zonder visie geen beweging ontstaat. Maar met



Marjo van Schaik (l) en Sheila Lewandowski (r)

die visie wordt door de sprekers meer bedoeld dan het hebben van een goed artistiek idee, passend bij een specifieke doelgroep en gedragen door een mooie subsidie toekenning. In dit kader valt verschillende malen het woord 'revolutie'. Willen is een ding, maar er echt voor staan, stelling nemen en zo nodig de barricades opzoeken, waarbij dat niet alleen de politieke barricades hoeven te zijn. Het gaat er om de peergroup en de publieke en politieke opinie uit te durven dagen en echt stelling te nemen. Het meest pregnant blijkt dat uit de voorbeelden uit Istanbul, waar geheel op eigen kracht onafhankelijke theaters in een soort underground positie worden gerund, zonder medewerking en vaak ook zonder toestemming van de autoriteiten. Maar ook uit de Chocolate Factory in New York, aanvankelijk gelegen in een non-descripte wijk, die nu door het proces van gentrification een steeds hippere status krijgt. Daarin vecht de Chocolate Factory niet alleen voor de eigen positie, maar ook voor het behoud van de omgeving, de burens. Vanuit een diepe overtuiging dat ze een meerwaarde voor de

buurt hebben, waardoor de buurt grotere aantrekkingskracht heeft gekregen en anderzijds daar ook een verplichting uit voortvloeit jegens die buurt. Tegelijkertijd werkt de Chocolate Factory niet mee aan op een breed publiek gerichte buurttheater activiteiten, vanuit een duidelijke andere positionering in het artistieke veld. Telkens weer opnieuw stelling nemen en daarbij telkens weer op nieuw de eigen strategie helder uitleggen met oog voor de belangen van anderen.

Essentieel daarbij is dat er relaties worden gelegd op een wezenlijk niveau, waardoor er echte verbinding ontstaat. Daarbij komt dan meteen ook het begrip 'ownership' om de hoek kijken. Deuflhard zegt daarover dat de beste vorm van co-ownership is het publiek te betrekken bij en mee te laten spelen in de voorstellingen. Waar ze uitdrukkelijk aan vooraf laat gaan dat de programmering varieert van lokaal tot internationaal, van underground tot repertoire, van performance tot architectuur, als weerspiegeling van de samenleving. Betrekken bij kan dus betekenen 'meespelen' maar kan ook betekenen het bieden van repertoire theater. Mits afgestemd op de variatie in soorten publiek.

Uit de cases blijkt dat zowel publiek als overheid eerder bereid zijn om te betalen als ze ook echt worden betrokken. Het voorbeeld van the Chocolate Factory laat daarbij duidelijk zien, dat het dan niet hoeft te gaan om betrokkenheid op artistiek niveau, zelfs integendeel. Maar wel om een oprechte vraag en openheid naar de omgeving en de belangen van de ander. Dit klinkt misschien als een oproep naar de terugkeer van de christelijke moraal en doet denken aan de noodkreet van Putnam in zijn boek 'Bowling alone'. Toch gaat het over iets anders; het gaat om het durven verlaten van gebaande wegen waarbij naast en over de rode loper een scala van andere sporen zichtbaar wordt, virtueel en fysiek, visionair en behoudend, revolutionair en traditioneel.

De verdeling zoals geschetst door Van de Hoogen roept bij enkele deelnemers ook iets van weerstand op. Immers, na de jaren zeventig zijn al vele

dogma's ter discussie gesteld en deze benadering, waarbij de verschillende invalshoeken met elkaar in verbinding worden gebracht, is in hun ogen dan ook onvoldoende innovatief. Van den Hoogen kwalificeert deze reactie juist als een voorbeeld van de naar binnen gekeerde ontwikkelingsgerichte houding, waarbij de open blik naar de omgeving en de samenleving ontbreekt.

Het vinden van die balans tussen artistiek, economisch en sociale waarden is geen makkelijke opgave. Zoveel is duidelijk. De slotbijeenkomst geeft meteen richting aan de onderwerpen en thema's die nog verder moeten en kunnen worden uitgewerkt. Vanuit een onderwijsperspectief is het van belang de conceptuele lading van de gebruikte begrippen verder uit te werken. Vanuit de theaterpraktijk zijn er veel instrumentele vragen, die draaien om de vraag 'hoe krijg ik het voor elkaar.' Er lijkt enerzijds behoefte aan verdieping op conceptueel niveau en anderzijds aan meer uitwisseling en inspiratie op praktisch niveau. Een vervolgbijeenkomst opgezet analoog aan het Engelse 'Devoted and disgruntled' zou voor de theaterpraktijk een inspirerende opening kunnen bieden naar een andere manier van kennis en inspiratie delen. Deze sessies hebben in Engeland een belangrijke bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van BAC en het ontstaan van Coney theatre. Voor de school zou daarnaast een opdracht moeten worden uitgezet om het concept van 'creative producing' verder uit te werken en vorm te geven in uitgewerkte leerlijnen, met een holistische benadering van het begrip. De creative producer is de spin in het web waar alle lijntjes samenkomen. Veel breder dan alleen de producent of productieleider. Alles komt aan bod: publiek en communities, theaters en alternatieve speelplekken, sponsors en subsidiënten, waarbij plezier is wat je met het publiek verbindt.

Make the difference and magic happens!

CONNECTING THE MOVING DOTS

een terugblik: Sheila Lewandowski

Dear Gwenoële,

As one of the founders and Executive Director of the award-winning Chocolate Factory Theater in Long Island City, Queens, New York City I live the life of Creative Producer on a daily basis and I feel compelled to write about the importance of the symposium and curriculum on Creative Producing held by and at de Theaterschool in Amsterdam. I am incredibly impressed with your vision and that of the school since what and how you are teaching these students will help change how the arts are created, produced and presented.

To provide some context I have spent approximately thirty years working locally, regionally and more recently internationally on issues related to education, community development, small business support services and urban planning. In New York City I work closely with both artists and elected officials on these issues and policies, and we are increasingly recruiting artists and cultural entrepreneurs into the dialogue that results in change. What I have witnessed in my interactions with you, your colleagues and your students is a desire to use the recent changes in the structure of government support for the arts as a way to allow more open and decentralized cultural programming, and for the next generation of Creative Producers to lead the charge throughout The Netherlands.

In all fairness I have to tell you that before you introduced your curriculum to me I didn't know the term 'Creative Producing' but now I hear it used in New York by Artistic and Executive Directors, Artists, Art Managers, Festival Directors and more as a way to define what we do. I usually flinch at the use

of terms to describe roles, but the flexibility built into this term is inclusive and flexible. This is a good thing since flexibility, resiliency and in-time responsiveness are important for producers. As I stated at the symposium a Creative Producer's role is to manage and connect the moving dots.

The Chocolate Factory Theater is in its tenth year of producing and presenting, and we are about to build a permanent incubator for the performing arts in Queens, NYC. We've accumulated public funds of almost \$5 million US Dollars toward this goal, as well as the support of our community, elected officials, artists, hundreds of local small businesses, peer arts groups and geographic neighbors. I shared our story at the symposium and in greater candid detail with students of your university. In doing so I hope I conveyed to them that they could use the tools they are learning from you to make their visions real. It is possible to keep a clear vision and serve your community.

I define community as:

- local residents (old & new; rich & poor; culturally diverse),
- businesses (small & large; publicly accessible or back office),
- transportation (public, private, pedestrians, drivers, cyclists),
- developers (luxury towers, commercial buildings, affordable housing),
- speculators,
- politicians,
- funders,
- artists,
- State, City, County, neighborhood & the actual block we are on.

The work of our artists serves our community of all of these different stakeholders directly and indirectly. The audience numbers are only one of many indicators of impact and/or success. Historically, in science, design and the arts some of the most influential shifts in practice were not even noticed in their time. At The Chocolate Factory we understand this truth and successfully voice this in and to our diverse community.



Gwenoële Trapman in de Open Space Session



At the symposium I listened and learned from global peers. Hakan Silahsizoglu from Turkey described the DIY movement in Turkey and how the general population is fearful of the arts, but yet will find ways to participate by hosting and/or attending home performances and presentations. Liz Moreton of Battersea Arts Center spoke of a shift in their center to provide more non-arts based community space. Simon Sharkey of National Theatre of Scotland described how they provide arts programming throughout the country in rural and urban settings from the vision of the artists, often incorporating the local community into performances. Marcus Faustini's pre-recorded presentation beautifully described how he uses arts programming and community engagement with great respect for both. Marcus stressed the importance of never compromising or losing sight of the fact that it is because of the artists' vision that you will be successful.

I was hopeful when I heard of the experimental DIY performance in Turkey, excited by the global reach of the NTS given how they truly operate as a small business, and inspired by the artistically truthful community based work of AGENICIA Brazil. Liz's struggle with her local community becoming fearful of the sometimes-unsettling vision of artists was a bit disturbing but the response to her in the room was invigorating.

Many of us offered support to BAC to not lose their identity just because they have become very good at balancing supporting artists while simultaneously providing community space for everything from weddings to town halls. I shared with Liz and all present how The Chocolate Factory is often faced with questions of worth of pure artistic programming and public investment over other public services. The question of arts versus soup kitchens versus bus service versus education is not a question to respond to. The response is that a healthy community and society is one in which ideas and innovation is celebrated and incorporated into planning and practice. Such a community is one where all members of the community support each other on each other's terms without condemnation. At The Chocolate Factory we use our position to drive our audience and artists to

small businesses. We work with developers to allow them to use our cache to sell coolness and are clear to all that we will not alter our programming because it would hurt them as much as us. Truthfulness in programming serves all even if all don't understand it.

In our local community we are having three new schools built and the majority of parents want schools with an arts focus. This is because they recognize the impact of creative thinking on success versus whether or not their kids ace the college entrance exams. Those parents love that we exist and sometimes press us for children's programming, but when I remind them that if we don't support artists there will be no new techniques for children to learn and no new books to fill the libraries, they get it. Then we support their school fundraisers with tickets and by showing up. We support them on their terms and they support us on ours.

The symposium on Creative Producing in conjunction with your curriculum of the same name is a great opportunity to provide global recognition of the importance of educating our students to be entrepreneurs. In the symposium you brought together practicing visionaries whose accomplishments and paths to success are shareable in a way that a young entrepreneur can relate to. You provided your global guests with exposure to peers from many cultures who support creativity and the arts in small and large ways, working with and within their communities and governments to foster thinking and practice. I learned as much as I shared.

You have created a program that recognizes and supports artists and producers as small business people, and you are providing them with useable skills and training for them to turn their ideas into project-based and/or community based cultural businesses. This is education at its finest. You encourage ideas and risk-taking by working with your students to understand existing business models for small and large businesses within the context of creating arts-related programming. Then you help them to understand through examples and practice that practice is stronger knowing

the models, but true entrepreneurship is about dynamic business practices.

The symposium was and I hope will continue to be a great supplement to this curriculum. The quality and diversity of speakers was inspiring. The opportunities for formal and informal interactions between students, speakers, faculty, guests and members of the community supported an openness and desire for more openness by all present. And, students were exposed to a global network of accessible people in the fields they are entering. Well done.

I was also glad for the opportunity to work directly with students after the symposium. If I were to have this opportunity again, I would like to rethink the structure to possibly provide time to work with students in a private or semi-private setting. At the end of the private meetings I could do a brief group presentation followed with a Q&A just for them.

I look forward to your visit in November and am very glad to help arrange the visit with New York Council Member and Chair of the Council's Committee on Culture, Jimmy Van Bramer. Tomorrow I am speaking at a NYC Council hearing on a bill being presented for the City of New York to establish a Cultural Policy with directives and benchmarks for City agencies to incorporate the arts in their planning, programming and practice. This was born of the work of artists. I hope this visit will help the students to understand that their work is valuable and has the power to support change.

All the best,

Sheila

Serhan Ada (Istanbul, Turkey, 1955), is Associate Professor at the faculty of Art and Cultural Management of Istanbul Bilgi University and founding director of santralistanbul, an international center for arts, culture and education. Ada has been a visiting professor at Turin School of Development, University UIAV Venice, Rutgers University and GIOCA at University of Bologna, Cultural Advisor to Izmir Metropolitan Municipality, founding member of AICA Turkey, Vice Chairman of Anadolu Kültür (an independent cultural network creating artistic structures and improving local cultural policies in various cities of Turkey) and is the editor of the book entitled 'Turkish Cultural Policy Report: A Civil Perspective' (2011). He is also member of the Executive Board of Turkish National Commission for UNESCO.

Jessica Bowles - creative team (Liskeard, Cornwall, United Kingdom, 1961) is a principal lecturer at Royal Central School of Speech and Drama, where she leads an MA in Creative Producing. Since 2010 she has been on the Board of C4CC, a University of London initiative to bring together leading and innovative researchers from London's universities together with creative industry freelancers, small businesses, and students. She is also the artistic leader for SpaceLab, the educational component of the Prague Quadrennial 2015.

Sterre Bijl - creative team (Purmerend, The Netherlands, 1994) is a first year student of the Opleiding Productie Podiumkunsten at the Theater-school Amsterdam. After traveling throughout South America for half a year she started her studies on September 2013. She's aspiring to be working in the international theater field.

Amelie Deuflhard (Stuttgart, Germany, 1959) is Artistic Director Kampnagel Hamburg, Germany. Deuflhard studied Romance Languages, History and Cultural Science in Frankfurt, Tübingen and Montpellier. From 1996 on,

Amelie Deuffhard was a producer of theatre-, dance- and musicprojects in Berlin and became artistic director of the Sophiensaele in Berlin in 2000. In 2003 she was head of the association 'Zwischen Palast Nutzung'. In 2004/2005 she was one of the artistic directors of the Volkspalast. Since 2007 Amelie Deuffhard is Artistic Director of Kampnagel Hamburg, the biggest independent stage and production venue for Performing Arts in Germany. She is also (co)editor of several publications.

Rachel Feuchtwang (London, United Kingdom, 1968) is a creative producer and advisor in interdisciplinary arts and culture, working with a range of artists and organisations. Her current producing work includes new theatre and installation projects with the Dutch artists Dries Verhoeven, Roos van Geffen and Edit Kaldor. She is also Guest Lecturer in creative producing at the OPP/Theaterschool and chairs the International Committee of the Netherlands Performing Arts Fund.

Máté Gáspár (Budapest, Hungary, 1973) started his professional career as a press editor and publication director. He served as deputy director at the Open Society Foundations Arts and Culture Program and was also in charge of developing and coordinating major regional initiatives gathering artists and educators to jointly devise socially engaged creative practices. The last ten years he has been teaching and training focusing on the performing arts. Currently he works at the University of Theatre and Film Arts, Budapest.

Yvonne Guis - creative team (Heerlen, The Netherlands, 1991) is a production student in her final year. She is specializing in festivals and creative producing. With internships at ITs Festival and Over het IJ Festival she worked on her experience in the workfield. Next to the festivals Yvonne worked as a production intern at Het Veemtheater in Amsterdam. Yvonne is interested in innovation and new ways of making art. With her mindset that nothing is impossible she will make her way into the field of performing arts.

Quirijn van den Hoogen (Soest, The Netherlands, 1969) PhD, is professor at Art Sociology and Arts Policy at the Rijksuniversiteit Groningen. He studied Business Administration and Arts and Arts Policy at the University of Groningen. For several years he worked as an official for cultural policy in



Liz Moreton (l) en Marjo van Schaik (r)

the Netherlands at provincial and municipal level and for the Association of Dutch Municipalities. Currently, he teaches art sociology and arts policy at the University of Groningen. His research interests include theatre systems, the cultural policy of cities and their societal impacts.

Sheila Lewandowski (New York City, USA, 1964) is Executive Director and cofounder of The Chocolate Factory Theater. Engaged in community organizing from an early age, she studied and worked as a performer, nonprofit manager, writer, singer, producer and fundraiser before founding The Chocolate Factory Theater with Brian Rogers in 2004. The two have grown the theater from an all volunteer run organization with a budget of \$25,000 to one with a staff of 9 and a budget of almost \$700,000. The Chocolate Factory Theater is now critically acclaimed and recognized internationally as a place for artists to develop and present experimental performance and as a destination for visitors from around the world. They enjoy the support of local, regional, state and national elected officials as well as from hundreds of small local businesses and residents.

Liz Moreton (Rochdale, United Kingdom, 1982) is a theatre producer who identifies and supports visionary theatre makers and works in participatory arts settings to empower people from peripheral communities to transform their realities through art and culture. Currently working as a Senior Producer at Battersea Arts Centre, she has produced the work of Little Bulb Theatre and The Paper Cinema and developed young people's shows with Punchdrunk and Coney. She worked as a producer on People's Palace Projects' Rio Occupation; an international Olympic exchange programme for Brazilian and British artists for London 2012. She has founded several programmes of work including a programme from the favelas of Rio De Janeiro which develops young people's entrepreneurial capacity through a creative methodology.

Jet de Ranitz (The Hague, The Netherlands, 1970) has been President of the Executive Board of the Amsterdam School of the Arts since 1 April 2011. From 2006-2011 De Ranitz was managing director of Nederlands Dans Theater, one of the best contemporary dance companies in the world. She is also chair of Kunsten '92, Dutch association for arts, culture and heritage.

Marjo van Schaik - creative team (Venlo, The Netherlands, 1964) studied psychology, law and European studies in Amsterdam. She began her career in the corporate sector but transferred to the cultural sector where she was General Manager of Het Muziektheater in Amsterdam from 2000-2005.

After that she was drawn to new challenges in smaller pioneering cultural organisations and in the diverse suburbs of Amsterdam. She is attracted to and driven by projects and processes that combine culture and social change with a commercial twist. She works and worked for among others Dutch Culture, De Warme Winkel, Ish, de Firma Rieks, and Cultuurfabriek.

Simon Sharkey (Paisley, Scotland, United Kingdom, 1963) is associate director of National Theatre of Scotland and one of the original senior management team who built the company from a standing start. He leads the learn department and directs most of the company's large scale site specific productions. He has worked all over the world and is currently in the midst of producing 'The Tin Forest' which is a centrepiece to Glasgow's Commonwealth games cultural festival.

Hakan Silahsızoğlu (Istanbul, Turkey, 1980), currently living in Londen, is actor, cultural operator and translator. He was trained at the Bristol Old Vic Theatre School in England and has worked in BBC radio plays, tv series and feature films. As a cultural operator, he worked extensively for Talimhane Theatre and run local and (inter)national projects including Dolapdere Youth Theatre and Europe Now. He also produced Tweetakt Childrens and Youth Theatre and Dance Festival in Turkey on a special year of Dutch-Turkish diplomatic relations' 400th Anniversary. Currently he is producing a play which is a collaboration of Turkey, UK, Australia and New Zealand.

Gwenoële Trapman - creative team (Amsterdam, The Netherlands, 1960) is artistic leader of the Opleiding Productie Podiumkunsten at the Theaterschool Amsterdam. She was executive director and head of the Production and Management Department at the Grachtenfestival, head of production at theatre company Hollandia and worked as head of production music and musical theatre at the Holland Festival.

Judith Wendel - creative team (Bolsward, The Netherlands, 1966) is a dramaturg and works with theatre makers and choreographers as Jakop Ahlbom and Conny Janssen. She writes with and for theatre makers about their work, about cultural policies and writes grant applications. At the Theaterschool she teaches dramaturgy at the OPP and the Scenography department and is intensely involved in the research on the Creative Producer.

Jan Zoet (Roelofarendsveen, The Netherlands, 1958) is director of de Theaterschool since 2013. Before that he was the director of the theatre of Rotterdam, founder of the interdisciplinary Productiehuis Rotterdam and the theatre festival the International Choice by the theatre of Rotterdam. Zoet worked as a producer, playwright and professional and artistic leader for various companies and festivals, including Theatregroup Hollandia and Mickery. He was active in numerous boards, and committees in the cultural sector, including the Prins Bernhard Cultural Fund and the Fund of Performing Arts.



van links naar rechts: Gwenoële Trapman, Jessica Bowles, Marjo van Schaik, Sheila Lewandowski, Hakan Silahsizoğlu, Liz Moreton, Judith Wendel, Simon Sharkey, Amelie Deuflhard, Máté Gáspár

Creative team This symposium is produced and organized by:
Gwenoële Trapman (artistic leader of OPP), Jessica Bowles (principal lecturer creative producing), Marjo van Schaik (creative producer), Judith Wendel (dramaturg), Yvonne Guis (production manager) and Sterre Bijl (assistent production manager).

“Dear super team - Thank you! It was such a treat to spend time with such articulate and passionate people. It's been the start of many connections and dialogues already and you have made that possible with your vision and energy to bring us all together.

I look forward to what happens next. Best, J.”

(Jessica Bowles)

With support from and thanks to DutchCulture, Fonds Podiumkunsten, Lectoraat Podiumkunsten in Transitie, Royal Central School of Speech and Drama, Theaterschool Amsterdam, Theatre Studies University of Amsterdam.

Redactie drukwerk: Judith Wendel en Gwenoële Trapman

Vormgeving: Guusje Thorbecke

Foto's: Coco Duivenvoorde

Opleiding Productie Podiumkunsten, Theaterschool Amsterdam,
september 2014





de Theaterschool

Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten