
DE STOKERIJ SCHIEDAM

JAARVERSLAG 2018: "LIVE IS LEUKER"

De Stokerij - 28 januari 2019



INHOUDSOPGAVE

| Onderdeel | Pagina |
|-----------------------------|--------|
| Introductie | 3 |
| Bestuursverslag | 5 |
| Prestatie 2018 | 6 |
| Toelichting beleidsthema's | 10 |
| Wensen bedrijfsvoering 2019 | 12 |
| Marketing/publiciteit | 13 |

INTRODUCTIE

Voor u ligt het jaarverslag van Stichting De Stokerij Schiedam over het jaar 2018. In dit verslag beschrijven wij de prestaties in 2018, het reilen en zeilen van de organisatie, de bedrijfsvoering, de bijdrage die De Stokerij levert aan talentontwikkeling, het vergroten van de cultuurparticipatie, de invloed die we hebben op de verlevendiging van de (binnen)stad, het bundelen van de krachten in de stad en het openen van de deuren voor nieuw publiek. Ook reflecteren we op programmering, marketing/publiciteit, huisvesting en de wisseling van de wacht op zakelijk gebied.



Prestaties

De Stokerij bracht in 2018 totaal 36 voorstellingen en 83 educatieve producten. Dat waren minder voorstellingen dan in 2017, mede door het uitstel van de voorstelling *Familietragedies*. Er zijn ook iets minder bezoekers: 4112 tegenover 4643. Dit heeft ook te maken met de keuze de Jonge Stokerij i.v.m. het educatieve karakter niet mee te laten tellen bij de bezoekersaantallen. In 2017 deden we dit wel. Hadden we dit dit jaar wederom gedaan, dan hadden we in 2018 6002 bezoekers kunnen noteren.

Het theater dat De Stokerij blijft divers publiek trekken en wordt gedragen door, en gecoproduceerd door de stad. Dit was ook het thema voor het beleidsplan dat op 8 december 2016 werd gepresenteerd aan de gemeente Schiedam in het kader van de "beschikking verlening budgetsubsidie 2017-2018 dd 18 april 2017 (SUB1700054/17UIT04526)". De Stokerij kreeg van de Gemeente Schiedam een positief advies op de inhoud van haar plannen en kreeg een positief advies voor subsidie voor 6 projecten in de jaren 2017 en 2018.

Programma

De Stokerij profileerde zich in 2018 wederom met een brede, actuele en eclecticische programmering met een mix van nieuw talent, gevestigde namen en vele tourneevoorstellingen, die vaak terugkeren op 'het nest': het Wennekerpand. Kenmerk van deze programmering is dat ze actueel en laagdrempelig is en aantrekkelijk voor een breed publiek. In termen van bezoekersaantallen in Schiedam presteerde De Stokerij ook in 2018 conform de opdracht van de Gemeente Schiedam: het totaal aantal bezoekers van voorstellingen in Schiedam ligt op 8355. De educatieve projecten zijn hier nog niet in meegenomen (zie tabel op pagina NR).

Over educatie gesproken: de Jonge Stokerij als (ontwikkel-)plek voor jong talent blijkt zeer levensvatbaar. Stichting De Groot Fonds e.a. hebben voor seizoen 2018-2019 onze aanvragen gehonoreerd en per 1 januari is er een 'puberklas' gestart, voor leerlingen vanaf 14 jaar: StokerijJONG!
Per september 2019 zal de Jonge Stokerij/StokerijJONG als aparte stichting verdergaan, met een eigen fondsentraject

Het afgelopen jaar nam De Stokerij ook de verantwoordelijkheid ten aanzien van cultuureducatie voor scholen. We waren producent van de schoolvoorstellingen Adam en de Anderen en Lekker Belangrijk, die een aantal keer speelden in het Wennekerpand en de rest van Nederland

In de zomer van 2018 gaf Koen Wouterse 12 workshops improvisatie aan amateurspelers van binnen Schiedam en buiten Schiedam. Sommigen van hen stroomden door naar onze kerstvoorstelling *De Heksen*.

De rol van De Stokerij als aanjager voor de culturele en maatschappelijke ontwikkelingen in Schiedam waren er ook dit jaar, met als meest in het oog springende productie de stadsvoorstelling *Oh Ja Joh Hoezo Dan 2*, met 'oude' en 'nieuwe' Schiedammers (statushouders) in de nieuwe werkplek van De Stokerij (sinds september 2018): de voormalige Gravin Aleidaschool.

Daarnaast bouwde De Stokerij in coproductie met Theater aan de Schie door aan een nieuwe traditie: de familievoorstelling rond kerst. In 2018 was dit *De Heksen*, een voorstelling die met 3 profs, 2 muzikanten, 20 amateurspelers, 40 basisschoolleerlingen (Jonge Stokerij) en 15 ondernemers met recht een coproductie met Schiedam genoemd mag worden.

De publieksreacties waren lovend, er werden ten opzichte van 2017 veel meer kaarten verkocht (1200 meer dan voor *Kleine Sofie en Lange Wapper*) en een nieuwe voorstelling in 2019 staat op de rol.

Organisatorische kwaliteitsinjectie

2018 was het jaar waarin duidelijk werd dat het succes van De Stokerij blijft groeien, maar het gezelschap is financieel en organisatorisch nog kwetsbaar. De Stokerij ontdekte dat de groei en professionalisering van het gezelschap gelijke tred moet houden met de ambitie. Ook moet er meer financiële zekerheid geschapen worden voor de driekoppige directie en moet hun workload omlaag. Daarom wordt op dit moment in nauwe samenwerking met het bestuur een slag geslagen in het professionaliseren van De Stokerij op organisatorisch gebied. Het organisatie-model en het bestuursmodel worden doorgelicht en de taken/verantwoordelijkheden worden opnieuw verdeeld, omschreven en opgezet.

Al met al kijkt de directie van De Stokerij terug op een leerzaam en dynamisch jaar en dankt zij op deze plaats alle medewerkers, vrijwilligers, bestuur, sponsors en fondsen voor hun inzet en dankt zij haar publiek voor hun bezoek aan de voorstellingen van De Stokerij

BESTUURSVERSLAG

Het was een jaar van grote successen en maar ook van lastige beslissingen. De Stokerij is een jong gezelschap wat langzaam groeit naar een volwassen status. En dat proces is lastig. De financiële perikelen van projectsubsidies en omgaan met afwijzingen dwongen tot het maken van lastige keuzes. Het verliezen van de vaste huisvesting, wat nieuws opbouwen op een andere locatie met de onzekerheid hoe lang daar gebleven kon worden bracht veel stress met zich mee. De grote passie van de drie makers alleen was niet voldoende. Er moest soms even een pas op de plaats gemaakt worden om kritisch te kijken naar samenwerkingen, taken, rollen en naar de toekomst. Dit alles hoort bij de groei van het gezelschap. Als bestuur zullen we de makers begeleiden de stap te maken naar een verdere professionalisering.

Er was ook veel magie dit jaar. De stokerij liet zien dat je met theater mensen kan verbinden en met elkaar in gesprek kan laten gaan. Dit zorgt voor een grote betrokkenheid bij het publiek, de spelers en de makers. De verhalen en ontmoetingen in 'O Ja Hoezo Dan 2' waar nieuwkomers samen komen met geboren en getogen Schiedammers waren hartverwarmend. De groei en verzelfstandiging van de jonge stokerij brengt meer en meer kinderen in aanraking met theater. De voorstelling Don't Shoot the Pianoplayer toerde door het land en liet het publiek nadenken discussiëren. En als klap op de vuurpijl bracht de familievoorstelling Heksen wederom voor een bijzondere samenwerking tot stand tussen jongeren, amateurs, ondernemers en acteurs. De voorstelling was een groot succes en een feest om naar te kijken. Het liet zien hoe Schiedammers De Stokerij in hun hart hebben gesloten en hoe De Stokerij niet meer weg te denken is uit het culturele landschap.

Vriendelijke groet,

Arjen Hosper
Bestuursvoorzitter

PRESTATIE 2018

Programmering

Er zijn in 2018 totaal 36 voorstellingen gerealiseerd met een totaal van 4112 bezoekers in Schiedam en 1548 buiten Schiedam. In het vorige jaarverslag werden in dit overzicht ook de educatieve projecten meegenomen. Deze worden nu in een ander deel van de tabel opgenomen en toegelicht in een ander deel van het jaarverslag. In 2018 hebben wij in totaal 119 artistieke projecten georganiseerd en 6872 bezoekers getrokken.

| Voorstelling | Bezoekers binnen Schiedam | Bezoekers in Nederland |
|--|---------------------------|------------------------|
| Festival De Opstokerij | 389 | |
| Adam en de Anderen (tournee) | | 450 |
| Bedrog (tournee) | | 283 |
| Don't Shoot the Pianoplayer (tournee) | | 250 |
| De Heksen (nieuw) | 2687 | |
| Kiwi (tournee) | | 30 |
| Lekker Belangrijk (jeugd, tournee) | 50 | 335 |
| Nachtgasten (tournee) | 135 | 200 |
| Oh Ja Joh Hoezo Dan 2 (nieuw) | 268 | |
| Reve Revue | 75 | |
| Roald Dahl: Groot, Gruwelijk, Geweldig | 143 | |
| Previews 2018 | 365 | |
| TOTAAL | 4112 | 1548 |
| Educatieve projecten | Bezoekers binnen Schiedam | Bezoekers in Nederland |
| Jonge Stokerij (40 weken) | 1890 | |
| Vrijdagavondploeg (amateurkunst, workshop) | 500 | |
| Scenes Jenevermuseum | 150 | |
| Workshops improvisatie (amateurkunst) | 220 | |
| TOTAAL | 2760 | |
| TOTAAL GENERAAL | 6872 | |

Toelichting voorstellingen

2018 begon goed, met het *Opstokerijfestival*, waar de avondvullende versie van *Don't Shoot the Pianoplayer* getoond werd. Vaste publiekstrekker *Nachtgasten* (met Roos Drenth, Frederique Spigt, Emma van Muiswinkel en de muzikanten van Nieuw Niks) maakte deel uit van de programmering, evenals de succesvolle jeugdvoorstelling *Adam en de Anderen* voor de jeugd op zondag. Nieuw in de programmering was een openbaar toegankelijke workshop van de Jonge Stokerij, waar eveneens de titel van de nieuwe kerstproductie bekend werd gemaakt. Ook nieuw waren de workshops improvisatie en teksttoneel die gegeven werden door Koen Wouterse. Als vanouds werd er door drie verschillende restaurants een theatermaaltijd gekookt, waarbij de gasten tussen de gangen door getrakteerd werden op fragmenten door De Jonge Stokerij. Conclusie was nadien dat er gekeken moet worden naar een nieuwe vorm voor dit festival, het constant volledig programmeren van drie dagen vraagt veel materiaal, materiaal wat niet ieder jaar voorhanden is en al helemaal geen nieuw materiaal.

Na het Opstokerijfestival bleek al snel dat de voorstelling *Familietragedies*, door de opzet "pay what you like" en de speellocatie (huiskamers, sportverenigingen, volkstuinten etc) op te weinig steun van subsidiënten kon rekenen. Met pijn in het hart heeft De Stokerij daarom moeten besluiten om dit project uit te stellen. Dit heeft zijn weerslag gehad op de publiekscijfers in 2018 en het moreel. Op dit moment staat de voorstelling gepland voor 2020: maart 2020 repeteren, vanaf mei 2020 spelen, waarvoor er opnieuw kritisch gekeken wordt naar financieringsmogelijkheden, teneinde minder aanvraag op fondsen te hoeven doen.

De Stokerij heeft een opdracht tot het scheppen van een inclusief cultureel klimaat. Een van de manieren waarop we dit doen, is de Schiedammers co-creator te maken van onze voorstellingen. In 2018 viel de persoonlijke stadsvoorstelling *Oh Ja Joh Hoezo Dan 2* op, een voorstelling die bestond uit de verhalen van 'oude' Schiedammers (Schiedammers die hier al lang wonen, zoals Frans Leermakers, Han van der Horst) en 'nieuwe' Schiedammers (statushouders uit alle uithoeken van de wereld, zoals Hani en Payam Nadjafpour Miri uit Iran, Mozghan Mahmoud uit Afghanistan en Wisam en Hamse Alissa uit Irak). Het publiekgenoot van de verschillende verhalen en muziek uit zoveel windstreken en was ontroerd door de persoonlijkheden die het toneel met elkaar deelden. Het concept bleek wederom ijzersterk, ondanks de opstartmoeilijkheden (plotselinge verhuizing naar de voormalige Gravin Aleidaschool, samenwerkingspartners die het lieten afweten) en het feit dat we uiteindelijk i.v.m. vergunningen minder publiek kwijt konden in de zaal en deze voorstelling krijgt in de toekomst zeker een vervolg.

De Stokerij ziet het als haar taak om volwassenen met een passie voor toneel en kinderen die niet als vanzelfsprekend deelnemen in het jeugdtheateraanbod toch in aanraking te laten komen met toneel op hoog niveau. Dit is een van de speerpunten van de kerstvoorstellingen in coproductie met Theater aan de Schie en in 2018 werd *De Heksen* gespeeld, naar het boek van Roald Dahl. De kaartverkoop voor dit voorstellings-type kende een stijgende lijn: er werden ruim 1100 kaarten meer verkocht dan vorig jaar. Ook artistiek was er winst: De Stokerij begint na *Hamlet* en *Kleine Sofie en Lange Wapper* te voelen dat er een stevig netwerk van vrijwilligers, ondernemers en andere partners is om mee te bouwen aan deze voorstelling. Ook is regisseur Koen Wouterse steeds meer toegerust op het regisseren en aansturen van grote groepen mensen en verschillende teams. Er moet vermeld worden dat deze voorstelling door tegenvallende fondsinkomsten met minder professionele acteurs gemaakt moest worden en met op ieder departement flinke bezuinigingen. Door onze wens om de kerstvoorstelling een volwaardige traditie te maken en onze liefde voor dit type voorstelling hebben we toch besloten om de voorstelling door te laten gaan en gelet op het eindproduct, de uitzonderlijk positieve publieksreacties uit de stad en het land zijn we blij met deze keuze. Echter moet er een stevigere financiële basis zijn in 2019 en na twee keer gaan we ook om tafel met onze gewaardeerde samenwerkingspartner Theater aan de Schie om onze samenwerking te bestendigen en uit te breiden waar mogelijk.

Adam en de Anderen en *Lekker Belangrijk* zijn onze twee jeugdvoorstellingen die nog steeds door Nederland touren, wel met steeds minder voorstellingen. Na seizoen 2018-2019 verdwijnt *Lekker Belangrijk* even van het repertoire en in 2019/2020 wordt er een nieuwe voorstelling gemaakt door langs klaslokalen zal touren (*Oorlog, wat zou je doen als het hier was?*)

In het kader van de Opstokereis (volledig festival wat i.p.v. 'losse' voorstellingen aan theaters aangeboden werd) speelden de voorstellingen *Don't Shoot the Pianoplayer* en *Kiwi* nog in een aantal steden en op de Theaterweek Vlieland. Ook *Nachtgasten* speelde nog een paar keer in het land en in Schiedam, soms i.h.k.v. de Opstokereis, soms los. In 2019 volgt de 'losse' tournee van *Don't Shoot the Pianoplayer* i.h.k.v. de serie *Human Inc.*

Toelichting educatie

Jonge Stokerij: in 2018 werkte de Jonge Stokerij aan scènes uit *Don't Shoot the Pianoplayer*, *Adam en de Anderen*, improviseerden ze op aangepaste verhalen van *Nachtgasten*. Dit toonden ze in de openbare workshop en tijdens de theaterdiners van het *Opstokerijfestival*. Hierna startten ze met een groot blok Griekse Tragedies en persoonlijke familieverhalen, in het kader van *Familietragedies*. Toen die voorstelling (waar de leerlingen in rol in zouden spelen) uitgesteld werd, is toegewerkt naar verschillende presentaties voor familie van de leerlingen. Dit waren mooie, emotionele, humorvolle bijeenkomsten, waar veel van de familieleden aangeven de uiteindelijke voorstelling graag in hun huiskamer te willen boeken. Vanaf september werd in verschillende groepen toegewerkt naar de hoofdrollen (Max, Bruno) in de voorstelling *De Heksen*. Nog nooit hadden onze jonge talenten zo'n verantwoordelijkheid in onze voorstelling en die droegen ze met verve! In 2019 is StokerijJONG! gestart, een groep op de donderdagavond, voor leerlingen vanaf 13 jaar en ouder. Effectief geeft dat ruimte voor nieuwe leerlingen op de zaterdag (8-12 jaar oud), die met graagte ingestroomd zijn. Vanaf juni 2019 is de Jonge Stokerij/StokerijJONG een aparte stichting, met een apart fondsentract, losgezongen van Stichting De Stokerij. Er wordt toegewerkt naar nog meer leerlingen en uiteindelijk ook een groep spelers vanaf 30 jaar (nu de Vrijdagavondploeg)

Roald Dahl Groot, Gruwelijk, Geweldig: in het kader van *De Heksen* en het bevorderen van leesenthousiasme bij kinderen presenteerden De Stokerij en De Bibliotheek Schiedam *Roald Dahl: Groot Gruwelijk Geweldig*, een aantal sessies in het verlengde van *Shakespeare: Dood of Groot* waarin een vijftal boeken van Roald Dahl (Sjatie en de Chocoladefabriek, de GVR, Matilda, Daantje de Wereldkampioen, De Heksen) werd besproken, geïllustreerd door filmfragmenten, gespeelde scènes door acteurs en spelers van de Vrijdagavondploeg/Jonge Stokerij. Voor De Stokerij was dit een uitgelezen manier om mensen te enthousiasmeren voor de voorstelling in december. De realiteit was dat, door uitblijven van een flinke marketingimpuls, er eigenlijk vooral ouders van De Jonge Stokerij zaten of mensen die speciaal voor een van de (amateur)spelers kwamen kijken. Slechts een klein deel was 'nieuw'. Gelukkig was het nieuwe publiek erg enthousiast en kochten ze altijd vrijwel meteen een kaartje. Als we een dergelijk concept weer gaan uitvoeren, moet er een gedegen marketingconcept achter zitten. Het concept is namelijk echt goed: als je kinderen en volwassenen in gelijke mate enthousiast krijgt over een verhaal, dan heb je het ze goed uitgelegd. Dit hebben we geleerd bij *Hamlet* en *Shakespeare: Dood of Groot* en dat zagen we nu ook weer. De Bibliotheek Schiedam is een prettige samenwerkingspartner en als we komend jaar meer tijd hebben moet een concept als dit veel meer publiek kunnen trekken.

Andere bijzonderheden

Rode Molenprijs: in 2018 ontving De Stokerij de Rode Molenprijs, een prijs van de SP Schiedam voor een persoon/instelling die op een bijzondere wijze een bijdrage levert aan de Schiedamse samenleving. Ivana van der Donk van de SP Schiedam zei het volgende over De Stokerij:

"De Stokerij maakt voorstellingen niet alleen voor Schiedammers, maar ook samen met Schiedammers en op allerlei verschillende locaties in Schiedam. Dat hun manier van theater maken aanslaat is wel te merken aan de vele Schiedamse vrijwilligers die meespelen. Daarom hebben wij gekozen om dit jaar de Rode Molen uit reiken aan deze bijzondere theatergroep."

Reve Revue: er was dit jaar nog een samenwerking met de Bibliotheek Schiedam, in het kader van de Reve Revue las Yorick Zwart een brief van Gerard Reve voor tijdens de Reve-wandeling op 3 november j.l.

Jenevermuseum: i.h.k.v. de opening van Museummolen De Walvisch maakten en speelden Koen Wouterse, Anne Rats, Roos Drenth en de muzikanten van Nieuw Niks korte scenes, nummers voor de bezoekers van de officiële opening van deze nieuwe Schiedamse trekpleister. De reacties op deze anders-dan-anders opening waren volgens directrice Marjolein Beumer zeer positief.

Verhuizing: in september vertrok De Stokerij met pijn in het hart uit het Wennekerpand, om in ieder geval tot eind maart 2019 haar intrek te nemen in de voormalige Gravin Aleidaschool aan de Oostsingel. Dit veroorzaakte wat onrust, zowel bij de directie als bij de spelers van de Jonge Stokerij en die van Oh Ja Joh Hoezo Dan 2. Het duurde even voordat iedereen gewend was aan het nieuwe pand. Nu is het net alsof we nooit ergens anders hebben gezeten en kijken we op tegen opnieuw een verhuizing in maart 2019. De wens is dat het volgende pand waar we zitten voor langere tijd is, zodat we iedereen continuïteit en helderheid kunnen bieden over waar wij huizen.

TOELICHTING BELEIDSTHEMA'S 2018

Krachten bundelen

“Wat goed is versterken...”

De Stokerij is in 2018 doorgegaan met het werken aan onze partnerschappen in Schiedam: samen met de Bibliotheek Schiedam maakten we *Roald Dahl: Groot Gruwelijk Geweldig*, vanaf september werkten we samen met KomKids en Oost Pact Door in de voormalige Gravin Aleidaschool wat tot op heden onze werkplaats is. Ook haakten veel verschillende lokale (horeca) ondernemers bij ons aan bij *De Heksen*. SDAM blijft een gewaardeerde samenwerkingspartner, met als hoogtepunt van onze samenwerking het Heksenfeest, wat we samen met Centrummanagement Schiedam in november organiseerden op de Grote Markt, ter promotie van *De Heksen*. Ook inhoudelijk zochten we de samenwerking: er speelden 65 amateurspelers van 8-88 jaar mee in *De Heksen* en bij *Oh Ja Joh Hoezo Dan 2* was er ook een uitgebreide researchfase met onze 10 spelers uit alle hoeken van de wereld. Theater aan de Schie is onze gewaardeerde coproducent, er is uitgesproken om een lange-termijn-verbintenis aan te gaan en op het moment van schrijven zijn de teams van TadS en De Stokerij in gesprek om de samenwerking te verstevigen en bestendigen. Hoe versterkt De Stokerij het theater en hoe faciliteert het theater De Stokerij? Wat zijn de verwachtingen voor de komende jaren en hoe kunnen we twee organisaties met verschillende bloedgroepen zo goed mogelijk laten matchen? Dat blijft in 2019 onderwerp van gesprek. Zo blijft De Stokerij de ‘missing link’ tussen professionele instellingen onderling, tussen professionals en amateurkunstenaars, tussen amateurkunstenaars onderling en tussen de maatschappelijke organisaties en het theater.

Vitalere binnenstad/sterker imago Schiedam

“De historische binnenstad heeft een cultureel kloppend hart...”

Het versterken van het imago van Schiedam is voor de Gemeente Schiedam een punt van aandacht. De Stokerij heeft hier in 2018 wederom stappen in gezet. In 2018 is door R2 Research publieksonderzoek uitgevoerd bij de voorstellingen *Oh Ja Joh Hoezo Dan 2* en *De Heksen*. Daaruit blijkt dat beide voorstellingen zeer hoog beoordeeld worden door respondenten (respectievelijk een 8.3 en 8.6) en de Stokerij zelf scoort hoog op de NPS (Net Promotor Score, 45)

In 2017 viel de invloed van De Stokerij op een vitalere binnenstad nog deels toe te schrijven aan het grote landelijk netwerk van individuele makers die de artistiek leiders van De Stokerij vormen. Dat netwerk kwam onze voorstellingen bekijken. De binnenstad kreeg meer bezoek van buitenaf, wat de stad economisch versterkte. Dit bezoek van buiten pleegde later vaak een herhaalbezoek, omdat bij het bezoek aan een voorstelling de historische binnenstad en de Schie op het netvlies bleef hangen. In 2018 heeft een lichte kanteling plaatsgevonden: niet alleen op persoonlijke merites komen mensen van buiten de stad kijken, maar ook omdat het besef begint te komen dat bijvoorbeeld de coproducties met Theater aan de Schie iets bijzonders zijn waarvoor je om wilt rijden. Bij *De Heksen* werd dit vooral duidelijk. We kijken ernaar uit om deze traditie voort te zetten. Op dit moment (R2 Research) komen van de 5 mensen 2 van buiten de stad en 3 uit Schiedam.

De Stokerij draagt niet alleen een steentje bij aan een sterker imago van de stad Schiedam, ook helpen we mee aan het creëren van een vitalere binnenstad. Niet alleen door de nieuwe bezoekers die we de stad opleveren, maar ook door de onverwachte manieren van samenwerking: we vragen restaurants om te koken bij ons Opstokerijfestival, we nodigen horeca-ondernemers uit om een hapje te serveren tijdens of na afloop van onze voorstelling (o.a. *Hanlet*, *Oh Ja Joh Hoezo Dan 1* en *OJJHD 2* in 2018), ondernemers die met hun product passen bij onze voorstelling mogen in de foyer een kraampje inrichten ter promotie van hun onder-

neming (*Kleine Sofie en Lange Wapper, De Heksen* in 2018) Al deze partijen staan in de spotlight bij De Stokerij en kunnen zo bouwen aan de naam van hun merk of initiatief. Tevens steken we ondernemers aan met ons enthousiasme: ze betreden paden die ze anders nooit voor mogelijk hadden gehouden. Een bezoeker van een Stokerij-voorstelling geeft gemiddeld 97,00 uit. Aan de kaartjes, maar ook aan horeca-bezoek vooraf of na de voorstelling en aan winkelen in Schiedam.

Vergroten cultuurparticipatie

“Jong geleerd...”

Voor veel Schiedammers is deelname aan cultuur in de vorm van museum- of theaterbezoek, kennismaking met cultureel erfgoed of actieve cultuurdeelname in de vrije tijd niet vanzelfsprekend. De Stokerij ziet het als haar taak om volwassenen met een passie voor toneel en kinderen die niet als vanzelfsprekend deelnemen in het jeugdtheateraanbod toch in aanraking te laten komen met toneel op hoog niveau. Door het omzeilen van instituten is diversiteit een gegeven. De Jonge Stokerij is nu voor het tweede volledige seizoen in bedrijf. In 40 weken krijgen 45 spelers vanaf 8 jaar onder intensieve begeleiding van De Stokerij een masterclass toneelspelen en camera-acteren. De doelgroep bestaat uit jonge Schiedammers met diverse culturele en sociaaleconomische achtergronden die volledig aselect worden uitgenodigd. Ook begint De Jonge Stokerij buiten Schiedam naam te maken: er ontstond in 2018 een wachtlijst met leerlingen uit Rotterdam, die de overstap wilden maken vanuit Rotterdam. Omdat wij er allereerst voor jonge Schiedammers wilden zijn, hebben we die overstap bij veel kinderen tegengehouden, tot begin 2019. Dit jaar zal er een zogeheten ‘puberklas’ gestart worden onder de naam StokerijJONG, voor de leerlingen vanaf 14 jaar, die zal repeteren op de donderdagavond. Zo komt er plek vrij in de reguliere zaterdagles, waardoor de Jonge Stokerij per januari 2019 uit 63 leerlingen bestaat. Een absolute ambitie is om De Jonge Stokerij uit te laten groeien tot een vooropleiding voor de toneelscholen.

Inclusief theater/deuren open

“Gastvrij Schiedam...”

In ons beleidsplan voor de Gemeente Schiedam voor de periode 2017 en 2018 stond het volgende:

“De Stokerij slaat bruggen van theater naar de stad en andersom. De Stokerij brengt het theater naar buiten (met preview-spelen, locatie-projecten en zichtbaarheid in de stad) en de mensen die nooit/ weinig komen kijken naar binnen. De Stokerij maakt theatrale voorstellingen die herkenbaar zijn voor alle lagen van de bevolking, vanuit de drijfveer dat theater iedere avond, als nieuw, in het “NU” ontstaat”

De Stokerij is zich in 2018 erg bewust geweest van haar omgeving. Schiedam vormt de voedingsbodem waaruit we inspiratie putten. Niet alleen uit de verhalen, de mensen, het straatbeeld, de issues, maar ook uit onze samenwerking met andere instellingen en de betrokkenheid met de bewoners en lokale kunstenaars. De Stokerij is vanuit volle overtuiging een stadtheatergezelschap en voelt zich medeverantwoordelijk voor het culturele klimaat van de stad. Wij hebben onze deuren opengezet. De inwoners van Schiedam hebben meegekeken bij onze repetities (*Oh Ja Joh Hoezo Dan 2, De Jonge Stokerij, De Heksen*), speelden zelfs een hoofdrol (*Oh Ja Joh Hoezo Dan 2*) of deelden het toneel met professionals (*De Heksen*). Ook bleek De Jonge Stokerij wederom een belangrijke zet voor ons: door de deelnemende kinderen die grotendeels uit gezinnen zonder een grote theaterbelangstellende traditie kwamen, kregen we hun familieleden in de zaal, voor hen was het vaak de eerste keer in het theater. De voorstellingen van De Stokerij Schiedam hebben in 2018 meer publiek buiten het traditionele theaterpubliek getrokken dan in 2016 en 2017. Bij *De Heksen* was een opvallend hoog percentage van de bezoekers niet hoogopgeleid, zoals je zou verwachten, maar middenopgeleid.

WENSEN BEDRIJFSVOERING 2019

Sponsoring

In 2018 heeft De Stokerij minder focus gelegd op het vinden van nieuwe sponsors. Niet omdat dat minder belangrijk werd geacht, maar omdat we merkten dat voor het vinden van substantiële sponsors onze naam en reputatie nog moet groeien. Wel zijn er sponsors geweest voor onderdelen van onze voorstellingen, bijvoorbeeld de Zorghavengroep, die een doventolk voor *De Heksen* sponsorde. In 2019 willen we het aantal 'incidentele' sponsors uitbreiden en zo duurzaam doorbouwen naar sponsors die ons voor langere periode ondersteunen. Ook wordt het gebruik van Patreon onderzocht, een site via welke artistieke organisaties een blijvend netwerk van sponsors kunnen creëren.

Samenwerking

Naast de financiële ontwikkeling is de relatie met onze samenwerkingspartners ook van belang om de ontwikkeling van De Stokerij te versterken. De ontwikkelingen gaan snel, kunnen in potentie zeer versterkend zijn, maar voor succes is een goede verankering met het gebied en met onze partners cruciaal. Daar ligt een grote kans in 2019: hoe kunnen we onze partners bijvoorbeeld betrekken in communicatie over onze projecten en zo onze naam in de regio vergroten? Dit is iets wat we in 2019 uitwerken.

Personeel

In 2018 had een start gemaakt moeten worden met het aannemen van een marketing-medewerker die voor een aantal uur voor De Stokerij zou werken. Dit is ivm de financiële situatie van de stichting niet gebeurd, maar dit is in 2019 wederom een opdracht, i.v.m. de hernieuwde taakverdeling binnen de directie. Het aantal uren per week zal variëren tussen de 4-6. Ook wordt in 2019 gekeken naar een langdurige samenwerking met productieleider Enno Lobo. Anouk van Mil blijft vast verbonden als onze vormgever en onderzoekt met ons haar talent voor decorontwerp.

Vrijwilligers/stagiairs

In 2018 heeft De Stokerij weer samengewerkt met vrijwilligers. Het aantal vrijwilligers is zelfs gegroeid van 13 naar 16. Onze vrijwilligers helpen ons met publieksbegeleiding, catering voor zowel publiek als spelers, zijn onze voelsprietten in de stad. De vrijwilligers krijgen hun parkeer- en reiskosten vergoed, maar in 2019 willen we op meer constante basis onze vrijwilligers een blijk van waardering geven. Ook kijken we in 2019 hoe we de vrijwilligers op constantere basis aan het werk kunnen zetten. In 2018 heeft één stagiaire bij De Stokerij gewerkt, afkomstig van de HKU Theater, ondanks Schiedamse roots. Ambitie is om in 2019 te starten met het zoeken naar meer stagiairs uit stad en regio die met ons duurzaam willen bouwen aan de toekomst van De Stokerij. Gedacht wordt aan constante ondersteuning als regie-assistent voor Koen Wouterse, assistent-productieleider en marketing.

MARKETING / PUBLICITEIT

Marketingplanning

In 2019 moet een effectiviteitsslag geslagen worden op het gebied van marketingplanning. 2018 was het jaar waarin duidelijk werd dat het niet effectief is als een artistiek leider naast alle artistieke taken ook nog de marketing op zich neemt. Het lukte, omdat er relatief veel kleine voorstellingen met korte aanlooptijd waren (o.a. *Oh Ja Joh Hoezo Dan 2*) of omdat er gesteund werd vanuit coproductie-partner Theater aan de Schie (*Opstokerij*, *De Heksen*), maar in 2019 moeten de campagnes gestroomlijnder verlopen. Er zijn in 2018 wel veel lessen geleerd, die in nieuwe, vooraf opgestelde marketingplannen meegenomen kunnen worden.

Flyer- en afficheverspreiding

Voor sommige projecten in 2018 (*De Heksen*, *Opstokerijfestival*, *Oh Ja Joh Hoezo Dan 2*) heeft De Stokerij gekozen om gebruik te maken van de diensten van de Kultuurkoerier: posters en flyers zijn op een standaard/culturele route in Schiedam, Vlaardingen, Rotterdam e.o verspreid, zowel binnen (400 adressen) als op de vrije plakplaatsen (30). Ook werd geëxperimenteerd met huis-aan-huisflyeren door directie en partners (amateurspelers, collega's etc). Dit bleek een voltreffer: het huis-aan-huisflyeren moet zeker voor grotere projecten een onderdeel worden van onze marketingmix

(Radio) spotjes bij SCHIE, Wennekercinema

De Stokerij is bij *Kleine Sofie en Lange Wapper* in 2017 begonnen met het aanbieden van radiospotjes en trailers aan toen nog PopUpTV en de Stadsomroep. Ook was Wenneker Cinema bereid om de aankondiging van *Kleine Sofie* te draaien voor iedere film. In 2018 hebben we bij *De Heksen* geleerd dat korte, catchy filmpjes die te maken hebben met een voorstelling, online op veel aandacht kunnen rekenen. Dit concept zetten we in 2019 door en ook zullen we op vroegere termijn een teaser en een trailer produceren voor grote voorstellingen, die in Wenneker Cinema mee kan draaien. Onderzocht wordt hoe we ook bij Rijnmond binnen kunnen komen, op radio en televisie.

Nieuwbrieven

De Stokerij heeft 1600 nieuwsbrieffleden. Nieuwsbrieffleden zijn mensen die zelf aan hebben gegeven op de hoogte te willen blijven van onze programmering en ontwikkelingen. Gemiddeld één keer per kwartaal werd een nieuwsbrief verstuurd met daarin informatie, uitnodiging of een kortingsactie over een of meer voorstellingen. Wens was om in 2018 maandelijks een nieuwsbrief te sturen, dat is gelukt en in 2019 gaan we hiermee door.

Website

In 2018 kreeg Rutger Kroon opdracht om een geheel nieuwe site te ontwikkelen. Via de webpagina www.destokerijschiedam.nl konden potentiële bezoekers zien welke voorstellingen er spelen, informatie opzoeken en direct via de site van het theater hun kaartjes kopen. De wens is om in 2019 de website van De Stokerij meer voorstellingsgestuurd te maken: bezoekers worden gevoed met teasers en andere verrassende onderdelen. Dit heeft echter geen prioriteit, omdat we merken dat de meeste bezoekers hun informatie over ons in eerste instantie opzoeken op Facebook.

Pers

Met enige regelmaat stuurde De Stokerij in 2018 persberichten naar de kranten en actualiteitenprogramma's. Het AD/ Rotterdams Dagblad, het Nieuwe Stadsblad, schiedam24, SCHIE en De Schiedammer/De Vlaardinger hebben regelmatig berichten en artikelen gewijd aan voorstellingen van De Stokerij. Ook De Telegraaf heeft aandacht aan De Stokerij gegeven (*De Heksen*). In 2019 houden we onze warme contacten aan en onderzoeken we hoe we meer landelijke exposure kunnen krijgen.

Social media

De Stokerij was in 2018 actief op drie socialmediakanalen. Op Facebook werd het aantal van ruim 1287 volgers bereikt (1090 in 2017). Het Instagram-account van De Stokerij (nieuw in 2017) is gegroeid naar ruim 500 volgers (300 in 2017). Ook deze vorm van social media is geschikt gebleken om een grote groep geïnteresseerden op de hoogte te brengen van het programma-aanbod. Als laatste is het medium Twitter ingezet (als doorkoppeling vanaf Facebook). In 2019 onderzoeken we verder hoe deze media het productiefst ingezet kunnen worden.

Ons reguliere publiek op social media bestaat volgens de Facebookstatistieken (1287 "likers") uit een brede basis: de meeste fans van De Stokerij zijn tussen de 25 en 54 jaar oud. Het is opvallend dat het jongvolwassen publiek bijna even erg aanhaakt als de mensen met de 'reguliere' theaterleeftijd 45-54 jaar. Slechts 11 procent van ons publiek is ouder dan 55 jaar, dat is een fikse verjonging t.o.v. 2017, toen dat nog 15% was.

