

DIEHELEDING

meerjarenplan 25 - 28

HET GRIJZE
GEBIED.
OP DE BEAT.

VOORWOORD

WILDMENS ENKIDU en *KONING GILGAMESJ* sluipen door het bos, op de vlucht voor *REUS HOEMBABA*

WILDMENS ENKIDU tsjik tsjik tsjik tsjik
stappen door gras
krak
breken van tak
woesj
waaiende wind

KONING GILGAMESJ kak -
ik ben bang als een kind!

WILDMENS ENKIDU tik tik tak
regen op asfalt? nah
alleen een boom wordt nat
krakende spar

KONING GILGAMESJ klop, klop, kloppende hart

REUS HOEMBABA wat...
wie ruik ik daar?
angstzweet in haar...
ruik ik gevaar?
of mijn avondmaal?

KONING GILGAMESJ mijn angstzweet explained
mijn vrees
stem hees, ik vrees, dat deez'
idee een vrees' lijk mistake-je bleek!

uit *KONING GILGAMESJ* (2023)

INHOUD

p. 1	inleiding
p. 1	visie, missie, ambitie
p. 2	kerndoelen
p. 3	artistieke visie
p. 5	terugblik
p. 8	betekenis voor de Nederlandse podiumkunst praktijk
p. 9	activiteiten en producties 25-28
p. 11	publieksfunctie
p. 12	doelgroepen en marketing
p. 16	geografische spreiding
p. 17	ondernemerschap



KONING GILGAMESJ (2023)

DIEHELE-INLEI-DING

DIEHELEDING is een hiphop-theatercollectief voor jeugd en jongvolwassenen. We baseren ons muziektheater op oeroude en nieuwe verhalen en laten daarin de complexiteit van het leven zien. Onze voorstellingen zitten vol hiphopreferenties, humor, zwaarte, kneiterharde beats en een veelheid aan perspectieven; het grijze gebied op de beat.

DIEHELEDING bestaat uit de artistiek driekoppige kern Merel Pauw, Steven Ivo en Jip Vuik. We maken nieuw en eigentijds werk: voor elke productie schrijven we nieuwe teksten en componeren we nieuwe muziek. We musiceren en spelen zelf in een unieke door DIEHELEDING zelfontwikkelde theatertaal: *rappend spelen*. De afgelopen jaren heeft DIEHELEDING - zonder structurele subsidie - een unieke en gewaardeerde positie verworven in het Nederlandse theaterlandschap. Nu is het tijd voor een volgende stap.

We vragen daarom subsidie aan bij het Fonds Podiumkunsten, zodat wij onze eigen(wijze) stem harder in het veld kunnen laten horen. Met eigenzinnig en divers muziektheater, dat publiek op unieke wijze laat kennismaken met een nieuw theatergenre.

VISIE

Wij geloven dat (ons) theater verschillende groepen bij elkaar kan brengen. Theater mag volgens ons niet vervallen in polariserende eendimensionaliteit. De wereld is genuanceerd en ingewikkeld. In ons theater willen we de complexiteit van diversiteit laten zien. Op die manier kan een kijker zich inleven in andersdenkenden, maar ook de meerdere identiteiten en denkbeelden in zichzelf ontdekken. Wij maken voorstellingen waar iedereen zich in herkent, maar niet op hetzelfde moment in het stuk. Vooral in gemixte zalen wordt de meerlagigheid van ons werk door iedereen gevoeld en komt de diverse kracht van onze voorstellingen tot volle bloei. We gebruiken

muziek in voorstellingen omdat dat mensen aanspreekt op een dieper niveau en muziek geen onderscheid maakt tussen afkomst en opleidingsniveau. Wij maken theater dat aanspreekt op hoofd en hart.

MISSIE

Hiphop-theatercollectief DIEHELEDING wil muziektheaterproducties voor jeugd en jongvolwassenen maken over wringende maatschappelijke thema's en universele menselijke verlangens. We gebruiken hierbij een unieke laagdrempelige theatertaal die vertrekt vanuit hiphop. We combineren "rappend spelen" met eigen teksten en eigen muziek gebaseerd op hiphop. De creërende hiphop-principes van *samplen* en *gelijkwaardige collectiviteit* staan centraal in het maakproces en zijn ook voor het publiek herkenbaar. Hiermee bieden we ons publiek uitnodigend, laagdrempelig, meerstemmig, inclusief en vernieuwend theater, dat relevante thema's en een diversiteit aan perspectieven centraal stelt. Met ons interdisciplinaire werk dragen we bij aan de ontschotting van de sector.

AMBITIE

In 2028 heeft DIEHELEDING zich nog verder ontwikkeld tot een toonaangevend gezelschap dat muziektheater voor jeugd en jongvolwassenen heeft heruitgevonden. Met onze diverse cast, gevoel voor maatschappelijke thema's en meerstemmigheid als uitgangspunt maken wij werk dat altijd meerdere groepen aanspreekt. Daardoor hebben de voorstellingen als effect dat de discussie rondom inclusiviteit en diversiteit in het theater zich verdiept, in zowel het veld als bij het publiek. We hebben onze nieuwe, unieke speelstijl en theatertaal verder doorontwikkeld. Onze directe manier van spelen is inspirerend voor het veld en herdefinieert muzikaal spel binnen de podiumkunsten.

KERNDOELEN

2025 - 2028

- We verdiepen (en bevragen) onze eigen theatertaal. We zoeken nieuwe samenwerkingspartners op en maken ruimte voor verdere artistieke ontwikkeling van de kernleden van ons collectief.
- In de periode 2025 – 2028 maken we zes nieuwe voorstellingen, inclusief een herneming van- en een vervolg op *DASHBOARD*.
- Per voorstelling zoeken we actief naar een gemêleerd publiek. We verstevigen de band met ons huidige publiek en zoeken actief naar nieuw publiek. We gaan van 12.148 bezoekers over een periode van vier jaar naar 25.000 bezoekers.
- We maken ruimte voor talentontwikkeling. We geven les en delen onze unieke speelstijl en collectieve werkwijze met het veld en met studenten aan kunstvakopleidingen.

"In de geschiedenis van de hiphop speelt opschepperij en zelfverheerlijking een belangrijke rol (er is zelfs een specifieke naam voor: braggadocio). Dat maakt de bewerking van 'de Baron van Münchhausen' door hiphop-theatercollectief DIEHELEDING een ideale samensmelting van vorm en inhoud: de OG (original gangster) van de zelfophemeling in een literaire stijl die er zo'n beetje voor gemaakt is. In hun swingende jeugdtheatervoorstelling rappen de spelers het verhaal van de Lügenbaron met vlijmscherpe teksten aan elkaar.

Iedere individuele scène vertegenwoordigt niet alleen een nieuw avontuur, maar introduceert ook een nieuw thematisch element, waardoor de complexiteit van polarisatie, fake news en subjectiviteit behapbaar wordt gemaakt. Als het publiek aan het verpletterende slot moet kiezen of liegen nou wel of niet goed is, moet je zelfs als volwassene het antwoord schuldig blijven."

- Marijn Lems (NRC)*****



KONING GILGAMESJ (2023)



DE BARON VAN MÜNCHHAUSEN (2022)

ARTISTIEKE VISIE

DIEHELEDING hanteert vier artistieke uitgangspunten voor elke voorstelling.

eigenzinnig muziektheater vanuit hiphop

DIEHELEDING maakt muziektheater vertrekkend vanuit de muzikale traditie van hiphop. We kiezen per voorstelling een specifieke vorm van hiphop die bij het onderwerp past en integreren muziek en theater. Personages baseren we bijvoorbeeld op muziekgenres of bekende rappers.

In onze maakprocessen zetten we de creërende principes uit hiphop gericht in, zoals het *samplen*; in ons werk combineren we maatschappelijke thema's, eigen ervaringen, bestaande verhalen, (filosofische) perspectieven en muziek tot een nieuw product. We zijn schatplichtig aan de geschiedenis, maar eigenen ons die ook schaamteloos toe. We hanteren een speelstijl die wij de afgelopen zeven jaar hebben ontwikkeld en geperfectioneerd. Dit '*rappend spelen*' levert een laagdrempelige en compleet nieuwe theatertaal op, die uniek is in het Nederlandse theater. Cruciale elementen daarin zijn hoogwaardige (rap)technische *skills* en het bewaren van een scherpe balans tussen rap en situationeel spel, waarbij actief spelen tijdens het rappen centraal staat. Door deze vorm consequent toe te passen in voorstellingen en er eigenzinnige teksten en eigen muziek aan toe te voegen, hebben we een duidelijke artistieke signatuur en een herkenbare oorspronkelijkheid ontwikkeld die inmiddels toonaangevend is. We geloven dat deze manier van muziektheater-maken ons vak*mens*schap toont.

theater vanuit meerdere perspectieven

We bewegen in onze voorstellingen bewust naar de zere plek: we snijden thema's en onderwerpen aan die maatschappelijk precair of ingewikkeld zijn; voor onszelf en voor ons publiek. Daarmee tonen we onze zeggingskracht. Ons theater kenmerkt zich door te spelen met meerdere perspectieven. We vertrekken vanuit verschillende (filosofische) tegenstellingen en meningen, en laten deze terugkomen in de personages. Onze voorstellingen laten verschillende standpunten op elkaar botsen. De huidige tendens in de theatersector, waarbij voorstellingen een zeer duidelijk standpunt innemen en er weinig ruimte is voor het grijze gebied of voor eigen interpretatie van het publiek, stoort ons.

Wij willen ons publiek uitdagen door thema's te behandelen als *samenlevingsvormen en de problemen die daarbij horen, culturele toe-eigening of grensoverschrijdend gedrag*, zonder daarbij een eenduidig standpunt in te nemen; onze personages zijn zowel 'goed' als 'fout'. We kiezen voor voorstellingen die inhoudelijk meerlagig zijn en verschillende mensen op verschillende momenten aanspreken: de ene persoon lacht bij de hiphop referentie, de andere wordt geraakt door een klassieke verwijzing. Daarin zijn we oorspronkelijk: we bieden publiek (en makers) ruimte voor meerduidige perspectieven en daarmee een veel eerlijkere representatie van de complexiteit van onze samenleving.

diversiteit als uitgangspunt

In elke voorstelling van DIEHELEDING staat diversiteit centraal: in de verschillende (perspectieven van) de personages, in casting-representatie en in perspectieven en wereldbeelden van de makers. Diversiteit is voor ons meer dan kleur of identiteit. We geloven dat diversiteit intersectioneel is en maatschappelijke verschillen zich voordoen langs verschillende, elkaar snijdende assen. Gender, cultuur, klasse, kleur, leeftijd, seksuele oriëntatie, opvoeding en levenservaring creëren steeds opnieuw een eigen wereld en een eigen perspectief. Die diversiteit willen wij laten zien. In ons collectief maken we al jaren gebruik van die (intersectionele) verschillen van de verschillende makers. Net als bij onze personages, werken we vanuit elkaars contrast in plaats van onze overeenkomsten. In ons maakproces bevragen we elkaar en ons materiaal door middel van muziek, rap en ons fundamentele geloof

in het debat. Het is kenmerkend voor DIEHELEDING dat een verschil van perspectieven ingezet wordt in ons werk, om zo inhoudelijk en vormelijk bij de krachtigste voorstellingen te komen. Het verschil in beleving en (maak)perspectief is de basis van onze kunst. Daarom zoeken we altijd naar meerstemmigheid. De 'geleefde ervaring' van de kernleden vindt altijd zijn weg in ons werk. In elke voorstelling diepen we deze verschillende perspectieven uit en voegen we bij een aantal voorstellingen makers toe die een eigen perspectief inbrengen.

Het is onze wens om voor een zo'n divers mogelijk publiek te spelen, en we vinden deze diversiteit in het maakproces en op de speelvloer dan ook van essentieel belang. Wij zijn ons ervan bewust dat de artistieke kern van DIEHELEDING wit is. We bevragen per voorstelling onze representatie. Hoewel we diversiteit veel breder zien dan kleur, geloven we in het representeren van verschillende mensen en culturele achtergronden op de vloer. Per productie kijken we naar het zwaartepunt waar voor ons deze diversiteit en representatie om draait, zodat het nooit een vakje wordt dat we afvinken, maar altijd inhoudelijk is onderbouwd en van artistiek essentieel belang voor de voorstelling.

meerstemmigheid en collectief werken

Onze manier van maken kenmerkt zich door de collectieve vorm. Daarin zoeken we naar een plek voor verschillende stijlen en denkbeelden binnen één voorstelling. We maken nooit een eenduidig statement, maar zoeken de nuance en meerstemmigheid op in ons werk. We herschrijven elkaars werk en dwingen onszelf om gesproken tekst, beats, *lyrics*, kostuums en decorbeeld altijd door meerdere mensen te laten bedenken en ontwikkelen. Daarin nemen we de vorm van collectief maken uiterst serieus. We dragen als individuen bij met onze talenten en visies, maar de voorstelling is van iedereen. Wij geloven dat collectief werken een antwoord is op een gepolariseerde samenleving, een antwoord op het verschotte kunstenveld, en dat collectief werken noodzakelijk is om werk te maken dat diverse denkwijzen en mensen representeert. We vertrekken altijd vanuit de eigenheid van de makers in het collectief. Die eigenheid is gebaseerd op heel verschillende levensverhalen. Merel Pauw vanuit haar opgroeien in een dorp, seksuele oriëntatie, haar zoeken naar het oprekken van gendernormen en haar

spitsvondige rapstijl. Steven Ivo vanuit zijn stigmatiserende ervaringen in het MBO-onderwijs, zijn Rotterdamse roots, zijn kameleonachtige muzikale producerschap en zijn voorliefde voor zowel voetbal als zelfhulpboeken. Jip Vuik vertrekt vanuit zijn opgroeien in armoede in Amsterdam West, zijn op latere leeftijd veroverde intellectuele bronnen, zijn gevoel voor dialogen en zijn voorliefde voor underdogs. Het levert meerstemmige voorstellingen op, die onze bezoekers aan het denken zetten over verschillende perspectieven. Het spreekt bezoekers aan op de tegenstrijdige identiteiten die ze in zichzelf dragen. Het grijze gebied. Op de beat.

TERUGBLIK

Sinds de oprichting van DIEHELEDING in 2016 zijn we gegroeid naar zelfstandigheid. We hebben onze eigen maakstijl, signatuur en vakmensschap ontwikkeld en we hebben geëxperimenteerd met samenwerkingsverbanden en doelgroepen. Onze artistieke visie hebben we daarbij steeds verder aangescherpt. Van 1 januari 2021 tot 1 maart 2024 maakten we vijf muziektheaterproducties: *DASHBOARD*, *De Baron van Münchhausen*, *Zwaanmeer*, *Koning Gilgamesj*, en *WE ARE (NOT) TUPAC SHAKUR*. Ons muzikale, schrijvende en acterende vakmensschap spreekt uit deze producties. Het leverde oorspronkelijke voorstellingen op, met een tegendraadse inhoud en een unieke vorm. Pers en publiek prezen onze zeggingskracht en de manier waarop we maatschappelijke en persoonlijke thema's aansneden. Daarbij hebben we de afgelopen drie jaar als niet structureel gesubsidieerd gezelschap in totaal 12.148 bezoekers bereikt. We zijn bijzonder trots op de erkenning en waardering voor ons werk, die spreekt uit het oordeel van verschillende vakjury's. Na het winnen van de DOX AWARD en de stimuleringsprijs The Next 2021 van DNA NEXT voor het concept van *WE ARE (NOT) TUPAC SHAKUR*, werden we beloond met De Zilveren Krekel 2022 voor *De Baron van Münchhausen*. Daarnaast werden we in NRC genoemd als "beste theatertekst van 2022".

Vanuit onze standplaats Utrecht werkten we met diverse partners en coproductanten in de regio Oost en Noord-Holland. Hierdoor speelden we ook buiten de G4, in middelgrote zalen van bekende

theaters, op verschillende theaterfestivals en voor middelbare- en basisscholen. Met *De Baron van Münchhausen* en *Koning Gilgamesj* hebben we laten zien dat we een gevraagd makerscollectief zijn bij gerenommeerde instellingen als Theater Sonnevand, Urban Myth, Theater de Krakeling en STIP Theaterproducties. Ook financiers als fondsen en gemeenten toonden vertrouwen in de artistieke uitgangspunten van DIEHELEDING door verschillende subsidies toe te kennen. *DASHBOARD* maakten we in de Nieuwe Makersregeling bij Standplaats Utrecht, en we ontvingen voor *Zwaanmeer* 31.500 euro en 65.000 euro voor *WE ARE (NOT) TUPAC SHAKUR* uit private en publieke fondsen.

DASHBOARD (2021, in coproductie met DOX en Theater Utrecht) was een voorstelling in een rijdende taxibus waarbij de zelf gecomponeerde radio op de achtergrond de kijker stiekem manipuleerde. Deze monoloog over eenzaamheid bij jonge mensen werd door vier verschillende acteurs afwisselend gespeeld, allemaal op een eigen manier. Met deze voorstelling experimenteerden we met nieuwe muzikale vormen (radiomaken en top 40 muziek). We perfectioneerden daarmee ons muzikale vakmensschap door meerdere muziekgenres te integreren in onze theatertaal. De route van de taxi werd aangepast aan de inhoud van de monoloog. Zowel in Utrecht (Fort Ruigrok en Paardenkathedraal) als op verschillende locaties in Zeeland en Almere werden routes uitgezocht die de beleving van de voorstelling veranderden. Daardoor experimenteerden we met locatie-specifiek werken.

"Het bijzondere aan DASHBOARD is dat het door vier verschillende acteurs wordt gespeeld die afzonderlijk van elkaar hebben gerepeteerd, waardoor je de voorstelling meerdere keren kan bekijken. De geestelijke problemen van de hoofdpersoon krijgen zo steeds een ander gezicht, waardoor wordt benadrukt dat iedereen aan de zelfkant van de maatschappij terecht zou kunnen komen. De ruimte die de makers zo creëren voor empathie en compassie maakt diepe indruk."

- Marijn Lems ([NRC](#))

De Baron van Münchhausen (2022, in samenwerking met Theater Sonnevand) was onze eerste voorstelling voor jeugd in de leeftijd van 7+ en werd direct bekroond met de Zilveren Krekel, de

VSCD-prijs voor de meest indrukwekkende productie of prestatie in het jeugdtheater. We maakten deze nieuwe tekst (volgens NRC de beste nieuwe theatertekst van 2022) en nieuwe muziek gebaseerd op het beroemde boek van Raspe (1785). Onze directe speelstijl, muzikaliteit en voorliefde voor meerlagigheid werken perfect voor voorstellingen voor kinderen (én volwassenen). In het jeugdtheater ontdekten we een vrijheid van maken die artistiek en inhoudelijk onlosmakelijk met onze visie verbonden is: voorstellingen waar iedereen zich in herkent, maar niet op hetzelfde moment in de voorstelling. Deze voorstelling heeft enorm succesvol getourd door Nederland, 33 keer gespeeld, op achttien speelplekken gestaan waarvan veertien buiten de G4, en in totaal 4.968 bezoekers bereikt. Dit heeft een groei in ons publieksbereik veroorzaakt én ons vakmensschap aangetoond.

“Voor deze voorstelling werkt Sonnevance samen met hiphopcollectief DIEHELEDING en die combinatie smaakt vanaf de eerste minuut naar meer. Het decor van Sanne Oostervink roept moeiteloos de ene ongelooflijke wereld na de andere op en regisseur Jip Vuik bewijst opnieuw hoe krachtig muziektheater voor jongeren kan zijn.”

- Henri Drost (THEATERKRANT) * de keuze van de criticus

Met **Zwaanmeer** (2023) maakten we een festivalvoorstelling over grensoverschrijdend gedrag; een ballet zonder lichaamstaal maar in woorden, omdat ‘aanraken te gevaarlijk is’. Deze nieuw geschreven en gecomponeerde voorstelling was gebaseerd op het bekende balletsprookje van Tsjajkovski. Dit resulteerde in een muzikaal taalballet dat steeds wisselende perspectieven innam ten aanzien van (seksuele) grenzen, en bewoog van hilarisch en toegankelijk naar pijnlijk en kritisch. Voor deze voorstelling werkten we met twee makers die zelf grensoverschrijdend gedrag hebben meegemaakt en zochten daarbij naar het innemen van het tegengestelde perspectief. We speelden *Zwaanmeer* op zomerfestivals als Boulevard, Deventer op Stelten en Nazomer Zeeland, en hebben daarmee 40 keer gespeeld in de zomer 2023.

“Zo nemen de makers van Zwaanmeer het publiek mee de diepte in. De korte festivalvoorstelling bevat meer complexiteit dan een

avondvullend ballet. Tegelijk blijft er de verwondering over het wezen van de liefde. Heel knap gedaan.”

- Marijn van der Jagt (DE GROENE AMSTERDAMMER)

In de muziektheatervoorstelling **Koning Gilgamesj** (2023, in samenwerking met Urban Myth, Theater de Krakeling, STIP Theaterproducties, en gamemaker Charlie Duran) onderzochten we hoe we via technologie en games een groter publiek konden aanspreken. De voorstelling - gebaseerd op het Gilgamesj epos - ging voor ons over de dood. Het is ons gelukt een gelaagde voorstelling voor kinderen én volwassenen te maken over dit grote onderwerp. In deze productie voor middelgrote zalen werkten we met de acteurs Leon Ali Çiftçi en Julie Mughunda; twee spelers (van kleur) met een geheel eigen kijk op het ‘middenoosterse’ epos. Deze succesvolle en innovatieve voorstelling was onze meesterproef om als maker ‘overeind’ te blijven in een grote samenwerking met meerdere partners en belangen. We zijn verder gegroeid in professionaliteit, hebben een groot publiek weten te bereiken (zie speellijst) en door kunnen bouwen aan onze naamsbekendheid (ook) buiten de randstad.

Uit angst voor de dood rappen beiden zich via doldwaze verkleedpartijen een weg langs onsterfelijke halfgoden en mythische stieren, op zoek naar eeuwig leven. Daarbij gloriëren ze in verbale gevechten over gaaptaal (saaie tekst), rimpeldragers (bejaarden), kopfilms (dromen) en klappestreel (liefde).

- Anette Embrechts (VOLKSKRANT) (****)

WE ARE (NOT) TUPAC SHAKUR (2024)

Voor het concept van deze voorstelling wonnen we de stimuleringsprijs The Next! van DNA NEXT!. Samen met acteurs Femi van Elshuis en Ousmane Bangura maken we een voorstelling over racisme, radicale inhoud en culturele toe-eigening. Aan de hand van de verschillende identiteiten die Tupac Shakur in zich draagt bevragen we in hoeverre wij als deels wit gezelschap het genre hiphop kunnen gebruiken en waar de grenzen van ‘wie wie kan spelen’ liggen. We nemen het op voor het hebben van verschillende identiteiten en laten denkbeelden over identiteit en toe-eigening radicaal met elkaar clashen. Het was de ambitie om deze voorstelling 15 keer te verkopen. Dat hebben we drie keer moeten

bijstellen: van 15 naar 20, naar 25 en uiteindelijk naar 39 voorstellingen. Volgens ons impresariaat was dit een ongekend succes. De speellijst laat zien dat we als relatief jong gezelschap goed presteren op geografische spreiding en kunnen rekenen op grote interesse vanuit het veld.

“Niet alleen vinden ze het belangrijk om erachter te komen waarom ze, net als Tupac, rap en hiphop gebruiken om een boodschap over te brengen, maar ook stellen ze zich de vraag of zij als ‘gemengd’ gezelschap zomaar een voorstelling kunnen maken over een rapicoon uit een dominant Afro-Amerikaanse cultuur? Het panel vindt dat een intrigerend en knagend gegeven dat getuigt van zelfreflectie.”

- uit het juryrapport stimuleringsprijs THE NEXT!

geleerde lessen

- De afgelopen periode hebben we geleerd hoe we onze artistieke eigenheid kunnen bewaren in grote samenwerkingen en coproducties, dat willen we doorzetten.
- Door onze productieprocessen meer in eigen hand te nemen, kunnen we onze collectieve manier van maken nog beter waarborgen en laten aansluiten op het productieproces.
- In recensies en publieksreacties komt onze ‘veelheid’ naar voren. We geloven dat dat een kracht is, maar willen op zoek naar een veelheid die de komende producties niet als ‘overrompelend’ of ‘afleidend’ wordt ervaren.
- Een deel van ons werk valt goed op festivals, scholen en buiten reguliere theaters, dat willen we verder onderzoeken.



DE BARON VAN MÜNCHHAUSEN (2022)



ZWAANMEER (2023)



BETEKENIS VOOR DE NEDERLANDSE PODIUMPRAKTIJK

meerlagig en uniek muziektheater

DIEHELEDING maakt muziektheater vanuit het meest beluisterde genre van dit moment: hiphop. Met het gebruik van dit specifieke, populaire genre onderscheiden we ons van andere muziektheatergezelschappen. Daarnaast hebben we ons de afgelopen jaren ontwikkeld met een unieke eigen speelstijl die wij 'rappend spelen' noemen; hoogwaardig situationeel spel op de beat. Dit hangt samen met onze schrijfstijl. We schrijven onze lyrics altijd vanuit een handeling, waardoor je teksten als acteur kunt spelen als scène, maar muzikaal moet letten op flow en timing. Door deze vorm consequent toe te passen in voorstellingen waarin we maatschappelijke en persoonlijke thema's aansnijden, creëren we een volledig nieuw en eigen genre in het muziektheater, dat ver afstaat van meer traditionele vormen. Dat maakt ons uniek in het veld. In meer 'standaard' muziektheater zijn liedjes emotionele intermezzo's of sferische beschrijvingen. Vaak dient muziek als een soort geluidsdecor of wordt er verteld over een situatie. Wij 'vertellen' niet als we rappen. We vechten, beleven en ontdekken, zoals in een dramaturgisch goede scène.

We nemen het in onze voorstellingen expliciet op voor het perspectief van 'de ander' en in onze voorstellingen ontmoeten tegenpolen en andersdenkenden elkaar. We laten zien dat er geen homogene oplossingen bestaan. We creëren meerlagig werk waarin mensen zich op verschillende punten herkennen. Werk dat ingaat tegen een polariserend en eendimensionaal discours, zowel op politiek links als op politiek rechts, in steden en daarbuiten.

Onze unieke positie in het podiumkunstenveld wordt onderschreven en onderstreept door de vele samenwerkingen die we de afgelopen jaren zijn aangegaan. We zijn in de afgelopen periode voor twee voorstellingen gevraagd door Sonnevance in Enschede als makers van nieuw muziektheater voor jeugd. Daarnaast werden we door STIP, Urban Myth en De Krakeling gevraagd om Koning Gilgamesj met hen te maken. Ook worden we op scholen als Toneelacademie

Maastricht, ArtEZ toneelschool en -muziektheater en ontwikkelinstellingen als Likeminds en Jonge Harten gevraagd om workshops en lessen te geven. Dat deze (gerenommeerde) instellingen ons als makers aantrekken, bewijst onze unieke positie in het landschap.

doorgeven en inspireren

DIEHELEDING maakt nieuw muziektheater-repertoire dat niet van één auteur komt, maar collectief is gecreëerd. Daarbij zetten we een nieuwe, eigen theatertaal in, die de schotten tussen genres als hiphop en theater opheft. We geloven dat we onze manier van maken kunnen doorgeven en jonge podiumkunstenaars kunnen inspireren hun eigen werkmethodes en stem te ontwikkelen. Door veel les te geven op verschillende kunstvakopleidingen en vooropleidingen, delen we onze visie en unieke speelstijl en leveren we een bijdrage aan de ontwikkeling van het kunstenveld. Een greep uit de verschillende trajecten en plekken:

- AHK: begeleiding van een introductieproject over maken vanuit hiphop op de AHK, aan de opleidingen theater docent, regie, acteurs en productie podiumkunsten.
- ArtEZ acteursopleiding: eerste maakblok aan de eerstejaars, in twee weken een voorstelling maken vanuit hiphop en onze collectieve werkvormen.
- ArtEZ docent theater: maakblokken van Jip Vuik over collectief werken en *samplen* als methode.
- Toneelacademie Maastricht docent opleiding: regie training en maak training aan de hand van *samplen* en collectief werken.
- LIKEMINDS factory: talentontwikkelingstraject voor jongeren om te leren maken vanuit hiphop.

Daarnaast worden leden van DIEHELEDING vaak geïnterviewd, in scripties genoemd en als eindregisseurs of begeleiders bij afstudeervoorstellingen gevraagd.

nieuw aanbod voor podia

DIEHELEDING werkt overstijgend aan traditionele opvattingen over theater- en muziekgenres. Ons werk heeft nadrukkelijk een divers publiek nodig. We zoeken samen met podia hoe we die verschillende groepen in de zaal krijgen. Ons nieuwe aanbod voor nieuwe en diverse publieksgroepen sluit aan bij podia die eenzelfde behoefte hebben. Dit blijkt onder meer aan de recent zeer succesvol verkochte voorstelling van *WE ARE (NOT) TUPAC SHAKUR* aan theaters door het hele land. Daarbij is met alle podia afgesproken dat scholieren samen met 'vrij publiek' in de zaal zitten.

ACTIVITEITEN 25-28

werkwijze

Ook in de periode 2025-2028 staan onze unieke theatertaal en ons vak*mens*schap centraal in onze nieuwe teksten, onze nieuwe muziek en onze speelstijl. Onze voorstellingen worden gemaakt door de artistieke kern van DIEHELEDING, aangevuld met relevante medemakers.

In een vaste werkmethode van acht weken creëren we een voorstelling die door meerdere makers is geschreven (tekst en lyrics) en gemusiceerd (beats en soundscapes). Ook werken we met doelgroepen samen bij het creëren van nieuw werk. Zoals bij de voorstelling *Panther*, waar we lesgeven aan kinderen van groep 4 tot 6 rond het thema 'lichamelijke grenzen' en hen teksten laten schrijven om deze te integreren in het maakproces. Voor *JUKEBOX* werken we samen met De Tussenvoorziening, een instelling voor dak- en thuislozen, door mensen te interviewen die door verschillende problemen op straat leven. We vragen naar hun verhalen om zo tot een theatertekst te komen.

Voor de repetities en montage van onze voorstellingen maken we gebruik van ruimtes bij andere podiumkunst gezelschappen als Aluin, 155, Het Huis Utrecht, Theater Utrecht en het NUT. We lenen

(*samplen*) decorstukken en materialen van bestaande groepen. Deze groepen adviseren en faciliteren ons bij ons werk. We werken daarmee aan een geworteldheid in onze standplaats en lenen expertise en materiaal van onze collega-gezelschappen.

PRODUCTIES 25-28

De komende jaren richten we ons hoofdzakelijk op volledig zelfgeproduceerde producties. Hiermee willen we een volgende stap naar zelfstandigheid zetten en onze eigen relaties met theaters en het publiek uitbouwen. Naast vier zelfstandig geproduceerde voorstellingen werken we met een voor ons vertrouwde co-producent als Theater Sonnevancq uit Enschede en coproduceren we er één met collectief Blauwdruk uit Alkmaar.

2025

DASHBOARD en JUKEBOX (14+)

Maken/repeteren: 6 januari t/m 13 juni 2025

Première: 14 juni 2025 op Tweetakt festival

Makers: Steven Ivo, Ousmane Bangura, Femi van Elshuis, Steven Ivo, Jip Vuik

Culturele/educatieve samenwerkingspartner: stichting de Tussenvoorziening (Utrecht), JOU jongerenwerk (Utrecht)

Decor en kostuum: Daphne de Winkel

DASHBOARD en *JUKEBOX* zullen als tweeluid te zien zijn op Tweetakt, theaterfestival Boulevard, Karavaan, Over 't IJ en Zeeland Nazomerfestival. *DASHBOARD* is een *remake* van een locatievoorstelling die we in 2021 maakten in coproductie met DOX en Theater Utrecht. Het vertelt het verhaal van een vereenzaamd, jong persoon die verkrampt onder de druk van de grote stad. De voorstelling wordt gespeeld door één acteur in een rijdende acht persoons taxibus, met de inzittenden als publiek. Tijdens het spelen rijden er meerdere bussen tegelijkertijd rond, waardoor er meerdere

acteurs tegelijkertijd dezelfde monoloog spelen. De voorstelling zal voor de herneming gedeeltelijk worden hermaakt om de tekst aan te laten sluiten bij de nieuwe spelers en de actualiteit.

In *JUKEBOX* maken we een vervolg op *DASHBOARD*. De hoofdpersoon – een rol van Steven Ivo – wordt door een publiek op een open plein van een afstand bekeken, terwijl hij rapt en in zichzelf lijkt te praten. Omstanders die niet weten dat het een voorstelling is, worden aangesproken. Het publiek ziet en hoort via koptelefoons hoe de samenleving met een ogenschijnlijk verward persoon omgaat. We gaan voor het maken van de voorstelling een verbinding aan met de maatschappelijke instelling Stichting De Tussenvoorziening voor het houden van interviews met als doel een voorstelling te creëren die de belevingswereld van thuislozen en geïsoleerde mensen integreert.

DASHBOARD en *JUKEBOX* zijn los van elkaar te zien, maar spelen altijd op dezelfde dag op festivals. Na de beslotenheid van een busje kan je de eenzaamheid in de weidsheid van een plein ervaren.

2026

Je Moeder (14+)

Maken/repeteren: 3 augustus t/m 1 oktober 2026

Première: 3 oktober 2026 in de Stadsschouwburg Utrecht

Makers: Merel Pauw, Steven Ivo, Julie Mughunda, Kim Karssen, Jip Vuik

Decor: nog niet bekend

Kostuum: Daphne de Winkel

Je Moeder is een muziektheatervoorstelling voor jongeren, geïnspireerd op het boek *The World According to Garp* van John Irving. Bij ons is Garp de zoon van een radicale, feministische muzikant genaamd Jenny. Ze heeft als *spoken word* artiest een lang feministisch pamflet op muziek gezet en is daardoor een succesvol cultfiguur gevonden. Jenny haat mannen, verafschuwt seks en seksueel geweld. Haar zoon Garp probeert rapper en artiest te

worden in een dominante en mannelijke muziekwereld. Garp probeert zijn radicale opvoeding te rijmen met zijn eigen man-zijn, zijn seksuele verlangens en zijn wens om rapper en kunstenaar te zijn. *Je Moeder* is een coming-of-age verhaal over de strijd tussen de denkwereld van je ouders en die van jezelf, en hoe je als man ook feminist kunt zijn.

2027

Panter (7+)

Coproductie met: Theater Sonnevanck

Periode: voorjaar 2027, première Enschede, dernière Stadsschouwburg Utrecht

Makers (cast): Steven Ivo, Merel Pauw, Jip Vuik e.a.

Decor: Ruben Wijnstok i.s.m. kunstenaar Wannes Cools

Kostuum: Sanne Oostervink

Panter is een jeugdtheatervoorstelling in coproductie met Theater Sonnevanck. *Panter* is geïnspireerd op het gelijknamige boek van striptekenaar Brecht Evens. Het vertelt het verhaal van het zevenjarige meisje Christine, die op een dag wordt bezocht door een magische panter. Ze sluit een innige vriendschap met het dier, dat haar regelmatig op haar slaapkamer komt opzoeken om haar de meest fantastische verhalen te vertellen. Naarmate het verhaal vordert, worden de lichamelijke grenzen tussen de panter en Christine steeds onduidelijker. Een voorstelling voor kinderen over grensoverschrijdend gedrag, over hoe je als kind je grens kunt voelen en aangeven, en hoe zelfs de allerliefste panter soms te ver kunnen gaan. Voor deze voorstelling werken we samen met verschillende basisscholen rondom Enschede om kinderen vanaf 8 jaar over hun lichamelijke grenzen te laten vertellen, schrijven en tekenen. Hun verhalen en tekeningen integreren we in de voorstelling.

COWGIRLS (7+)

Periode: najaar 2027

Première: oktober 2027 Stadsschouwburg Utrecht

Makers Merel Pauw, Steven Ivo, Jip Vuik, Julie Mughunda, Cherella Gessel

Kostuum en decorontwerp: Sanne Oostervink

COWGIRLS is een feministische jeugdvoorstelling over het belang van ruziemaken. In het stadje *Rattlesnake* is ruziemaken verboden, omdat de mannelijke cowboys niet konden stoppen met duelleren. Dit heeft ervoor gezorgd dat de bewoners passief agressief zijn geworden en niet meer met elkaar praten. Drie cowgirls besluiten hier verandering in te brengen door een nieuwe vorm van ruziën te ontdekken, maar gaan hierin te ver, en verworden tot *TERFs* (*trans exclusionary radical feminist*). Een voorstelling over goed ruziemaken en de schaduwzijde van feminisme dat anderen uitsluit.

2028

Ridders van de Ronde Tafel (14+)

Periode: najaar 2028

Première: november 2028, Grote Kerk Alkmaar

Makers: Steven Ivo, Merel Pauw, Jip Vuik, Romijn Scholten, Bram Walter, Tijn Panis en een acteur van 50 jaar of ouder

Coproducent: Collectief Blauwdruk

Coproductie met locatietheater gezelschap Collectief Blauwdruk uit Alkmaar. *Ridders van de Ronde Tafel* is een muziek-theatervoorstelling voor jongeren op locaties in de regio Noord-Holland, gebaseerd op klinisch psycholoog en bestseller auteur Jordan Peterson, Monthy Python's *The Holy Grail* en de opera *King Arthur* van Purcell. De witte jonge man is in crisis. In onze huidige maatschappij is Jordan Peterson in het gat van religieus leider / vaderfiguur gesprongen. Met zijn boek *12 Rules For Life* geeft hij jonge mannen vaderlijk advies, een richting en identiteit. Onder Nederlandse jonge mannen is Peterson ongekend populair. In

Peterson zien ze als het ware een *life guide*. In deze voorstelling koppelen we deze maatschappelijke tendens aan het verhaal van Koning Arthur. Vier jonge ridders zijn de weg kwijt en zoeken naar hun identiteit. Koning Arthur redt hen met een ronde tafel waar aan iedereen gelijk is. Hij stuurt de jonge ridders op queeste, om de heilige graal (hun identiteit) te vinden.

PUBLIEKSFUNCTIE

maatschappelijke waarde

DIEHELEDING maakt voorstellingen waarin verschillende publieksgroepen zich herkennen, maar niet op hetzelfde moment. Als hiphopliefhebber lach je bij een hiphopreferentie, een jonge cultuurliefhebber wordt geraakt door een klassieke verwijzing. In onze voorstellingen ontmoet je tegenpolen en andersdenkenden en laten we zien dat er geen homogene oplossingen bestaan. Het leven is genuanceerd en ingewikkeld en mensen verschillen van elkaar. Juist die complexiteit en nuances van diversiteit laten we zien. Op die manier kan een kijker zich inleven in andersdenkenden, maar ook de meerdere identiteiten en denkbeelden in zichzelf ontdekken. In een steeds meer polariserend Nederland geloven we dat juist dát nodig is.

ons publiek

Hiphop is het meest beluisterde muziekgenre van dit moment. Je hoort het overal in de wereld, in winkels, cafés, tijdens het uitgaan en als muziek onder reclames. De herkenbaarheid van elementen uit dit genre (beats, rap, beweging, personages, *sampling*) zorgt ervoor dat een brede groep mensen zich door onze voorstellingen aangesproken voelt, met name ook kinderen en jongeren die niet zo snel in contact komen met theater.

DIEHELEDING is voor het publiek een toegankelijk gezelschap op verschillende niveaus. De onderwerpen van de voorstellingen sluiten aan bij verschillende soorten mensen, en door het gebruik van muziektheater (hiphop) spreken we ook muzikliefhebbers aan. Muziek en muziektheater zijn een meer toegankelijke vorm van

theater, omdat het mensen naast het hoofd op gevoel en hart aanspreekt. Muziek discrimineert niet in opleidingsniveau of cultuur. Door spelers en makers te casten die een eigen kleur en identiteit meebrengen, herkennen verschillende publieksgroepen zich in de mensen op het podium en in de belevingswereld van de personages.

“DIEHELEDING is er niet bang voor de jonge toeschouwers ook bij dit thema (de dood) actief te betrekken en laat het publiek bij het verlaten van de zaal een monument bouwen voor de mensen die je verloren bent, die je mist, of die je wilt vieren. Zo slagen de makers erin om grote gevoelens te communiceren op een manier die goed aansluit bij het jonge publiek”.

Eva van der Weerd (THEATERKRANT)

In de afgelopen acht jaar heeft DIEHELEDING een breed publiek weten te bereiken in theaterzalen, op festivals en op scholen. We spelen voorstellingen in verschillende delen van het land. Onze zaalbezetting is hoog en onze bezoekersaantallen fors (zie bijlage).

DIEHELEDING onderscheidt drie specifieke doelgroepen:

- Kinderen (6 - 12) en hun ouders/verzorgers (30 - 50)
- Jongeren (13 - 17)
- Jongvolwassenen (18 - 35).

Daarbinnen vallen tienjarige leerlingen die op hun stoel stonden te dansen, MBO'ers uit verschillende leergebieden, leerlingen met een taalachterstand, universitaire studenten Theaterwetenschappen, Gen-Z festivalgangers en geïnteresseerde volwassenen en belezen theaterliefhebbers. Kinderen bereiken we met name via schoolvoorstellingen en vrije (familie)voorstellingen in theaters en op festivals. Voor jongeren geldt hetzelfde. Jongvolwassenen komen vooral naar onze 'open' voorstellingen in theaters en op festivals. De afgelopen jaren hebben we de kleine en middenzalen bespeeld door het hele land. Hier zaten 30 schoolvoorstellingen tussen voor basisscholen (*de Baron van Münchhausen* en *Koning Gilgamesj*) waarbij we 4.878 basisschoolleerlingen hebben bereikt. Met *Zwaanmeer* hebben we in drie voorstellingen 450 middelbare scholieren bereikt. En met *WE ARE (NOT) TUPAC SHAKUR* zullen we ook veel middelbare scholieren bereiken. Ook waren we te zien op de theaterfestivals Boulevard, Tweetakt, Zeeland Nazomerfestival

en Deventer op Stelten. Op deze festivals speelden we 30 keer met *Zwaanmeer* en twintig dagen met *DASHBOARD*, meerdere voorstellingen per dag. Naast jongeren spreken we daar ook een ongeïnteresseerd volwassen publiek uit door onze laagdrempelige stijl.

We investeren de komende periode in meer specifieke kennis over ons bereik en publieksgroepen door een marketingmedewerker die met ons gericht publieksgroepen in kaart brengt en publieke gegevens doorvoert. Daarmee breiden we ons huidige publiek uit, en vergroten we ons bereik. Deze medewerker helpt bij het opzetten en uitvoeren van gedifferentieerde marketingstrategieën die een divers publiek aanspreken. Onze huidige drie publieksgroepen onderscheiden we in leeftijd, maar binnen die leeftijdsgroepen zijn er weer verschillende (deel)groepen.

DOELGROEPEN & MARKETING

marketingdoelstellingen 2025 - 2028

- we **behouden** ons huidige publiek en stimuleren **herhaalbezoek**
- we verbinden ons met **nieuwe publieksgroepen**
- we vergroten de **toegankelijkheid** van onze voorstellingen

strategie

Onze gedifferentieerde marketingstrategie richt zich op het aanspreken van verschillende doelgroepen per voorstelling. Onze marketing-uitingen zijn daarom aangepast op de specifieke doel- en *target* groep die we willen bereiken. Onze uitingen zijn humoristisch en speels, maken gebruik van muziek, en geven goed de sfeer van de voorstelling weer. DIEHELEDING hanteert daarvoor een vaste en herkenbare huisstijl: handgeschreven titels, portretten van de spelers als posterbeeld en speelse, prikkelend-chaotische, muzikale videocontent. Daarnaast versterken we onze unieke positionering en bijbehorend imago van een eigentijds, meerstemmig, divers en eigenzinnig theatercollectief.

recente marketingcijfers

Onze Instagram telt momenteel 1.018 volgers, waarvan 51% tussen de 21 en 35 jaar oud (jongvolwassenen). Jongeren en jongvolwassenen (13 - 21) beslaan 20% en volwassenen (35+) de overige 29%. Op Facebook, waar we 684 volgers hebben, zien we grofweg dezelfde verdeling in leeftijd terug. DIEHELEDING is gerecenseerd door de Volkskrant, NRC, de Groene Amsterdammer, de Theaterkrant, Trouw, PZC en de Kidsweek. DIEHELEDING is geïnterviewd door Trouw, de Theaterkrant, een Uur Cultuur en Opium Radio. Daarnaast waren we op TV te zien in de NPO-programma's Theater 2020 en Cultuurbooster. De komende periode investeren we in het verviervoudigen van onze volgers op sociale media, het consolideren van onze goede relaties met pers en recensenten en richten we ons op het maken van content die bij verschillende targetgroepen past.

kinderen (6 tot 12 jaar oud)

Deze doelgroep kiest – vanwege hun jonge leeftijd – doorgaans niet zelf voor het bezoeken van een voorstelling. Door onze speelse vorm, gebruik van populaire muziek en relateerbare onderwerpen spreken we deze groep artistiek aan. De snelle afwisseling van humor, diepgang en muziek sluiten goed aan op de belevingswereld van kinderen. De *target* groepen voor deze voorstellingen zijn hun ouders en verzorgers (in reguliere voorstellingen) en theaterprogrammeurs en cultuurcoördinatoren voor de schoolvoorstellingen.

Ouders en verzorgers bereiken we – samen met het podium of festival waar we spelen – door ons te richten op digitale marketing en nationale en lokale pers. Dit doen we door content te ontwikkelen speciaal voor ouders met een focus op een *call to action* ('koop hier je kaarten voor jou en je kind') die verspreid wordt via betaalde advertenties op onze eigen Instagram, Tiktok en Facebook kanalen. Ook hanteren we SEO en SEA advertenties op de zoekmachine Google. De nationale en lokale pers (o.a. Volkskrant, NRC, Theaterkrant, DUIC) bereiken we door recensenten enkele weken voor de première uit te nodigen om langs te komen bij een repetitie en voor het tippen van onze voorstelling op de cultuur pagina's.

Programmeurs en coördinatoren bereiken we middels de relaties met scholen van de theaters waar we zullen spelen, evenals die van co-producent Sonnevand. Daarnaast worden scholen die ons werk eerder al bezochten (*de Baron van Münchhausen, Koning Gilgamesj*) opnieuw uitgenodigd om naar voorstellingen te komen. Bij de cultuurcoördinatoren en theaters richten we ons op de herkenbare en laagdrempelige vorm en het gebruik van hiphop. Daarnaast spitsen we onze marketingteksten toe op thema's die voor het onderwijs belangrijk zijn, zoals omgaan met verschillen, tegengestelde meningen en specifieke maatschappelijke thema's.

jongeren (13 tot 17 jaar)

Deze doelgroep bereiken we voornamelijk via cultuurcoördinatoren van middelbare scholen, en in mindere mate henzelf en hun ouders.

- We maken gebruik van het netwerk dat we via DOX, Theater Utrecht en onze trailervoorstelling bij Sonnevand al hebben bereikt. Hierbij richten we ons niet alleen op reguliere scholen, maar ook op het speciaal onderwijs voor leerlingen met een verstandelijke beperking.
- Scholieren bereiken we daarnaast via toegespitste lesbrieven en workshops die we aanbieden voor het onderwijs. Naarmate de leeftijd oploopt richten we ons op de jongeren die specifiek in cultuur geïnteresseerd zijn, of zelf theaterlessen nemen.
- Jongeren worden ook bereikt via digitale marketing. Dit doen we door het verspreiden van videocontent in onze kenmerkende stijl die goed aansluit bij jongeren, met een sterke focus op het gebruik van onze eigen muziek. Hiervoor maken we gebruik van betaalde advertenties op onze eigen Instagram, Tiktok en Facebook kanalen. We bereiken hun ouders via advertenties bij nationale en lokale pers.

jongvolwassenen (18 tot 35 jaar oud)

Deze publieksgroep bestaat uit festivalpubliek, theater- en hiphopliefhebbers en het grootste gedeelte van onze volgers op sociale media. Deze groep wordt voor alle voorstellingen in de periode 25-28 benaderd, om een diverse mix van jongvolwassenen in onze zalen te krijgen.

- We bereiken hen door te spelen op theaterfestivals, muzikale videocontent te verspreiden via betaalde

advertenties op Instagram, Facebook en Tiktok en het aansporen van mond-tot-mond reclame na een voorstelling. Hierbij werken we samen met de marketeers van de theaters waar we spelen, en maken we gebruik van hun sociale media kanalen en publieksbestanden.

- Daarnaast bereiken we deze groep door recensies en interviews in landelijke en lokale pers, die we een aantal weken voor de première van een nieuwe voorstelling benaderen.
- Ook maken we gebruik van het succes van 'rapper Elmer', de muzikale act van DIEHELEDING-lid Merel Pauw, die haar fans via sociale media (11.000 volgers op Instagram, 10.000 op Tiktok) zal aansporen om naar de muziektheaterproducties van DIEHELEDING te komen.

specifiek geïnteresseerde groepen per onderwerp

Deze publieksgroep, bestaande uit zowel jeugd, jongeren als volwassenen, wordt voor meerdere voorstellingen geïdentificeerd en sluit aan bij het thema van de betreffende voorstelling. Deze groepen worden bereikt doordat we een jaar voor de start van een project contact leggen met een culturele of maatschappelijke instelling. Voor jeugd- en jongeren is dit bijvoorbeeld Stichting Kikid voor *Ridders van de Ronde Tafel* of BOKS Cultuurhuis Utrecht voor *Je Moeder*. Voor de voorstelling *DASHBOARD/JUKEBOX* richten wij ons op eenzame volwassenen en leggen we contact met stichting de Tussenvoorziening. Bij elke voorstelling benaderen we dus een specifieke publieksgroep, die we vaak ook al vooraf spreken of betrekken in het maakproces.

dialogoog met het publiek

We verwerken in sommige van onze voorstellingen stemmen van specifieke publieksgroepen, gerelateerd aan het onderwerp van de voorstelling. Voor *JUKEBOX* interviewen we via stichting De Tussenvoorziening mensen die op straat wonen of hebben gewoond. Voor *Panter* interviewen we kinderen van scholen uit Enschede (Sonnevanck) over lichamelijke grenzen. Voor *COWGIRLS* interviewen we kinderen van scholen die de voorstelling gaan bezoeken over hoe zij ruziemaken. We geven zo een stem aan 'ervaringsdeskundigen' en incorporeren hun verhalen in ons theatrale werk. Daardoor herkennen publieksgroepen zich in de

voorstellingen en sluiten we maximaal aan bij hun belevingswereld. Taalgebruik, perspectief op onderwerpen uit de voorstellingen en sociaal-culturele omgevingen worden op die manier onderdeel van de voorstelling. Dit zorgt voor herkenning en inleving in onze voorstellingen.

Voor *JUKEBOX* zijn we ons ervan bewust dat contact leggen met daklozen een intensief traject is en vraagt om een zorgvuldige tijdsinvestering. Het vergt aandacht en tijd om mensen voor ons kunstproject betrokken te krijgen en hen materiaal met ons te laten maken. Door onze open en persoonlijke aanpak en de ervaring van Jip Vuik met eerdere (community)projecten, geloven we dat we dit kunnen. We gaan actief op zoek naar ambassadeurs en 'gate-keepers' die ons de community in kunnen helpen.



DASHBOARD (2021)

cultuureducatieve activiteiten

De afgelopen jaren gaf DIEHELEDING workshops en lessen (handelend rappen, schrijven, *sampelen*) op hogescholen en plekken voor talentontwikkeling. MBO theater Rotterdam, Likeminds Factory,

ArtEZ acteursopleiding én Docent Theater. Bij deze instellingen deden we vaak vooronderzoek en werkten we met materiaal dat wij later zelf nog verder ontwikkelden. Per voorstelling dachten we met hen mee over lesbrieven, voor- en nagesprekken en mogelijke workshops. We ontwikkelden voor hen educatiemateriaal in nauwe samenwerking met de educatieafdeling en schreven soms zelfs raps, opdrachten en scènes die op school uitgevoerd konden worden.

We ontwikkelen ook voor onze eigen voorstellingen altijd een lesbrieff, bieden inleidingen en nagesprekken aan, en verzorgen eventueel workshops. We geloven dat educatiemateriaal dezelfde artistieke kwaliteit moet hebben als de voorstelling zelf. Daarom ontwikkelen we de komende periode per voorstelling materiaal dat aansluit op de voorstelling en onze maakwereld 'ontsluit'. We creëren de komende vier jaar een educatielijijn die aansluit bij ons maakproces, met aandacht voor diversiteit, vertalen van eigen verhalen, afwijkende standpunten en collectieve samenwerking. Met name in Utrecht zoeken we scholen en partnerorganisaties op om deze werkzaamheden de komende vier jaar te kunnen ontwikkelen.

In deze lijijn willen we inzetten op nieuwe vormen van nagesprekken, voorbeschouwingen en publieksparticipatie. Scholen dienen als plekken om scènes uit te proberen en try-outs, waardoor jongeren bij onze maakprocessen betrokken zijn en hun ideeën terugzien.

Jip Vuik wordt naast maker in het collectief ook de aanstuurder van de educatieve activiteiten van DIEHELEDING. Als vaste docent op de theateropleiding van ArtEZ (sinds 2016) en de docentenopleiding van de Toneelacademie in Maastricht (sinds 2021), ontwikkelde hij een eigen visie op non-hiërarchische educatie en gedekoloniseerde onderwijsprocessen. Hij heeft hierdoor relevante kennis en een netwerk (mogelijke docenten, VO-scholen en educatieafdelingen en denkers) op het gebied van hedendaagse educatie.

toegankelijkheid

Inclusie is een belangrijk uitgangspunt voor DIEHELEDING. Onze voorstellingen maximaal toegankelijk maken voor een divers publiek hoort daar bij. Wij halen financiële drempels weg door hoog in te zetten op schoolvoorstellingen, waardoor kinderen en jongeren onze voorstellingen kunnen bezoeken. Ook zoeken we in samenwerking

met theaters waar we spelen actief naar samenwerkingen met initiatieven als We Are Public en stichting Samen Lachen voor het hanteren van een lage toegangsprijs.

Onze voorstellingen zijn – voor zover wij daar invloed op hebben – vrijwel altijd *rolstoeltoegankelijk*. Daarnaast werken wij minstens twee speelbeurten per tournee met een *doventolk*. Dit deden we eerder tijdens *Zwaanmeer* tijdens het festival Deventer op Stelten, tot groot enthousiasme bij het publiek. Wij zorgen er hierbij voor dat de doventolken de voorstelling van tevoren gezien hebben en het script gelezen hebben, vanwege ons eigenzinnige taalgebruik. We sporen tolken aan tot eigen, originele vertalingen en een 'bounce' tijdens het vertolken van raps op muziek. De voorstellingen met doventolk staan aangegeven op onze website, evenals de website www.theatermettolk.nl

Wij hebben regelmatig gespeeld voor mensen met een verstandelijke beperking, zowel jonge leerlingen die via hun school komen kijken als volwassenen die vanuit een zorginstelling komen. Deze scholen en instellingen blijven we voor onze aankomende voorstellingen uitnodigen om onze relatie met dit publiek te verdiepen. Ook gaan we de komende jaren met behulp van theaters en samenwerkingspartners op zoek naar nieuwe scholen en zorginstellingen om zo de toegankelijkheid van ons werk voor een verstandelijk beperkt publiek te vergroten.

We maken videoregistraties van al onze producties. Deze zijn na afloop van de speelperiode digitaal beschikbaar op onze website om gratis te bekijken.



GEOGRAFISCHE SPREIDING

DIEHELEDING werkt vanuit vestigingsplaats Utrecht aan producties die verspreid over het land spelen. Onze stijl en thematieken sluiten aan bij een diverse en grootstedelijke cultuur, die – dankzij muziek en social media – inmiddels is verspreid over het hele land.

De speellijsten van de afgelopen periode tonen aan dat we met onze uitvoeringen bijdragen aan spreiding over de verschillende regio's. Met *DASHBOARD* speelden we bijvoorbeeld in Terneuzen, Goes, Tholen, Zierikzee, Renesse, Middelburg en Vlissingen. Door partners als Theater Sonnevank en STIP Theaterproducties hebben we onze voorstellingen door het gehele land gespeeld. Met *De Baron van Münchhausen* speelden we 26 keer buiten de G4, in onder andere Kerkrade, Hoogeveen, Enschede en Apeldoorn. In najaar 2024 maken we de voorstelling *Zender* (14+) in coproductie met Theater Sonnevank (over een radiokeet in het oosten van Nederland). Deze voorstelling zullen we rond de 60 keer spelen in een theatertrailer op middelbare scholen in regio Oost.

Het is onze ambitie een gezelschap te zijn dat geworteld is in de stad Utrecht, maar zichtbaar en actief in het hele land. Bureau Berbee & Janssen is een impresariaat dat deze spreiding kan realiseren voor onze voorstellingen *DASHBOARD/JUKEBOX*, *Je Moeder* en *Cowgirls* (zie bijlage). Berbee & Janssen denkt van deze producties zo'n dertig voorstellingen te kunnen verkopen, verspreid over Nederland.

Ook kiezen we in de periode 2025 – 2028 opnieuw gericht voor het samenwerken met regionale partners, die hun wortels en een stevig eigen netwerk hebben buiten de randstad. We maken opnieuw een coproductie met Theater Sonnevank (*Panter*) en werken voor het eerst met locatietheatergezelschap collectief Blauwdruk (*Ridders van de Ronde Tafel*). De voorstelling met Sonnevank speelt rond de veertig keer, waarvan tweederde buiten de G4. Met Blauwdruk spelen we in twee weken 15 voorstellingen in de Grote Kerk in Alkmaar en aansluitend op soortgelijke locaties in Utrecht (zo mogelijk Domkerk) en in de regio's Zuid, Oost en/of Noord.



KONING GILGAMESJ (2023)



DE BARON VAN MÜNCHHAUSEN (2022)

ONDERNEMERSCHAP

DIEHELEDING is een jonge organisatie die haar middelen efficiënt en maximaal inzet voor het maken van onderscheidende muziektheatervoorstellingen. Onze output ligt gemiddeld op zes kleine/midden zaalproducties per vier jaar. Als jong makerscollectief zijn we goed verbonden met hedendaagse manieren van denken, kijken en werken die voor veel gevestigde instellingen nog relatief nieuw zijn. De principes *diversiteit, inclusie, meerstemmigheid, representatie, solidariteit, fair pay* en *transparantie* liggen aan de basis van het bestaan en functioneren van DIEHELEDING. We onderschrijven dan ook de drie gedragscodes (Code Diversiteit & Inclusie, Fair Practice Code en Governance Code Cultuur) en passen deze toe in zoveel mogelijk facetten van onze bedrijfsvoering (zie betreffende paragrafen).

governance en risico's

DIEHELEDING bestaat als 'platte' organisatie uit de drie artistieke kernleden Steven Ivo, Merel Pauw en Jip Vuik, die samen met zakelijk leider Juul Spoor de dagelijkse leiding van het collectief vormen. De artistieke kern beslist over de casting, samenwerkingen, plannen en projecten. De zakelijk leider is verantwoordelijk voor de financiën en het administratiekantoor. De artistieke en zakelijke leiding bevragen elkaar en scherpen elkaar aan, maar begeven zich niet op elkaars vakgebied. Geadviseerd door het bestuur beslissen de artistieke en zakelijke leiding samen over de strategische lijn van het gezelschap en het zakelijk en artistiek doorontwikkelen van DIEHELEDING.

Aanspreekpunt voor externe organisaties en samenwerkingspartners zijn Juul Spoor en Jip Vuik. Tevens vervullen zij de productionele leiding over het gezelschap. Steven Ivo en Merel Pauw zijn de aanspreekpunten voor de muzikale lijn en voor samenwerkingen met mixers, geluidskunstenaars en componisten.

DIEHELEDING is een stichting met drie bestuursleden: Henk Scholten (voorzitter), Marije van Rest (penningmeester) en Ricarda Franzen (secretaris). In de loop van 2024 wordt een vierde

bestuurslid aangetrokken met een cultureel diverse achtergrond. Het bestuur is verantwoordelijk voor en ziet toe op de toepassing van de Code Cultural Governance. Het bestuur vergadert gemiddeld vier keer per jaar, in aanwezigheid van Juul Spoor en Jip Vuik. Van de vergaderingen worden verslagen gemaakt. Beleidsplannen, jaarplannen, jaarverslagen en subsidieaanvragen worden met het bestuur besproken, door het bestuur vastgesteld en gepubliceerd op de website. Er is een rooster van aftreden. Eén keer per jaar evalueert het bestuur zijn eigen functioneren. Het functioneren van het collectief krijgt iedere vergadering aandacht. Eén keer per jaar gebeurt dat naar aanleiding van een grondige (zelf)evaluatie door het collectief. In de praktijk vervult het bestuur vooral een controlerende en adviserende functie. Zie daarvoor ook het directiereglement in de bijlage.

fair practice en fair pay

DIEHELEDING heeft oog voor de positie van werkenden en past de vijf basisprincipes van de Fair Practice Code toe. Belangrijk aandachtspunt is sociale veiligheid, juist vanwege onze niet-hiërarchische praktijk en omdat we regelmatig met gastacteurs werken. Basisdocument is een *code of conduct* met daarin de regels en gewenste omgangsvormen, inclusief een procedure voor het aangeven van grensoverschrijdend gedrag. In de *code of conduct* staat bijvoorbeeld: '*We spreken elkaar aan met de gewenste voornaamwoorden*', '*Erken je positie. Vraag je actief af welke macht je positie je geeft ten opzichte van wie*' en '*Complimenteer elkaar en benoem wat je goed vindt en goed gaat.*'

DIEHELEDING maakt als kleine organisatie gebruik van een interne vertrouwenspersoon (één van de bestuursleden). De contactgegevens van de vertrouwenspersoon en het document waarin staat wanneer en hoe de vertrouwenspersoon te benaderen worden uiterlijk drie maanden voor het begin van een project met het hele team gedeeld. Daarnaast wijst DIEHELEDING alle medewerkers op het bestaan van mores.online voor extern advies en vragen.

We zoeken een persoonlijke aanpak voor elke nieuwe medewerker, rekening houdend met diversiteit. Naast de *code of conduct* creëren we samen met de nieuwe medewerkers kaders en omgangsvormen

aan het begin van elk proces. De kernleden hebben daarbij een voorbeeldfunctie, spreken elkaar aan op de *code of conduct* en reflecteren wekelijks kort met de groep op de omgangsvormen.

Goed werkgeverschap gaat voor ons ook over voorkomen van werkdruk. We houden er in de planning rekening mee dat artistieke processen niet te dicht op elkaar zitten. We verdelen de werkdruk over het jaar en maken periodes niet topzwaar. Als tijdens het wekelijks overleg blijkt dat iemand te veel taken heeft, springen de andere leden bij en nemen taken over; we dragen gezamenlijk de verantwoordelijkheid voor de werkdruk.

Ter bevordering van de duurzaamheid van werkprocessen werken we met makers, medewerkers en vormgevers zo veel mogelijk in minstens twee of drie producties. Dat hoeft niet achtereenvolgend te zijn, maar we maken de afspraken wel vooraf. Dat is transparant en er spreekt vertrouwen uit. Zo voorkomen we dat een maakproces als een auditie voelt en krijgen mensen de ruimte om te zoeken en te falen. We geloven dat vertrouwen in elkaar hebben een duurzamere arbeidsrelatie oplevert en iedereen de ruimte geeft elkaar te leren kennen en van elkaar te leren. We spreken ontwikkelpunten af en maken ruimte in processen om daaraan te werken. Een deel van ons maakproces is altijd 'onderzoek'. We mogen dingen onderzoeken zonder dat ze per se aan de voorstelling hoeven bij te dragen.

fair pay

Wij zijn een collectief en maken voor de artistieke kernleden precies daarom een vertaling van de code die het principe 'fair pay' centraal stelt. Volgens de cao zouden de kernleden Steven Ivo en Merel Pauw als acteurs minder betaald moeten worden dan Jip Vuik als regisseur. Omdat wij collectief maken, nemen we het gemiddelde van de CAO-tabellen voor regie en acteurs, tellen die bij elkaar op en delen die door drie. Zo verdienen de drie artistieke kernleden evenveel. We vinden dat solidair. Alle andere medewerkers (in dienst of zzp-er) worden gehonoreerd conform de CAO Theater.

diversiteit en inclusie

Voor DIEHELEDING is diversiteit een even vanzelfsprekend als breed begrip en een belangrijk uitgangspunt in onze artistieke visie (zie paragraaf artistieke visie).

Onze producties hebben een uitgesproken divers karakter, zowel in onderwerpkeuze als in representatie op het podium. Met die voorstellingen bereiken we een divers publiek. Aandachtspunt is – zoals gezegd – de diversiteit in de samenstelling van het bestuur. Daar gaan we in 2024 mee aan de slag.

Ook inclusie is voor ons een belangrijk thema. Als het gaat om ons publiek is onze invloed meestal beperkt; we spelen meestal op plekken waar het podium, het festival of de school verantwoordelijk is voor (de ontvangst van) het publiek. We stellen toegankelijkheid altijd wel aan de orde, zoals de hoogte van de toegangsprijzen of de bereikbaarheid voor mensen met een beperking (zie ook paragraaf toegankelijkheid). Al onze producties nemen we op en zijn na afloop van de speelperiode digitaal beschikbaar op onze website.

Ook onze eigen werkpraktijk maken we zo inclusief mogelijk. Eigen medewerkers en makers die we 'van buiten' aantrekken zijn verschillend als het gaat om (culturele) achtergronden, seksuele oriëntatie, leeftijd, kennis en ervaring. We zijn altijd op zoek naar andere perspectieven op het makerschap en de samenleving. Bij het aantrekken van nieuwe medewerkers en makers scouten we actief (cultureel) diverse mensen. Dat doen we ook via ons netwerk; bij organisaties als Urban Myth, kunstvakopleidingen en MBO's waar we lesgeven en bij talentontwikkeling organisaties met diversiteit in hun DNA zoals DOX en Likeminds. Daarnaast heeft Emilie Pos ons als casting director ondersteund voor het vinden van mensen buiten onze radar. Wegens succes zijn we van plan in de toekomst weer met haar te werken.

Per productie zoeken we naar nieuwe inclusieve maak methodieken om iedereen in het maakproces te betrekken en altijd tot meerstemmig werk te komen. Daarbij is ook ruimte voor andere vormen.

We stellen ons als doel altijd vanuit positiviteit te werken. Dat klinkt misschien *soft*, maar partners met wie we intensief samenwerken zoals STIP Theaterproducties en Theater Sonnevandek roemen ons werkklimaat. Zij noemen ons inspirerend op het gebied van onze omgangsvormen en onze positieve en respectvolle omgang met elkaar.



DIEHELEDING MEERJARENPLAN 2025-2028

SULTAN en daarom moet je niet liegen
ik wil alleen maar helpen
ik wil alleen maar zorgen dat je je vrienden niet kwijtraakt
dat je elkaar begrijpt
en daarvoor moeten we de waarheid spreken
hoe eng dat ook is
we moeten elkaar kunnen vertrouwen

MOEDER voor sommige mensen is het nodig om je een
wonderlijke wereld voor te stellen
omdat deze wereld voor hen niet betrouwbaar is

SULTAN maar het moet

BARON maar als je van elkaar houdt
wat maakt het dan uit dat ik zeg dat ik op de maan ben geweest?

SENSE misschien moeten we kijken wat de kinderen zeggen
maakt de baron met zijn leugens de wereld tot een mooiere plek?
of niet?

ik tel straks tot drie
en dan steek je je hand omhoog als je vindt dat liegen goed is
de anderen houden hun hand naar beneden
dan kijken we wie er wint
wat *ik* vind is niet belangrijk
want ik snap ze allebei
echt waar
ik snap ze allebei
maar wat ik vind is niet belangrijk
want jullie mogen kiezen
jullie zijn de rechter
de wet is de wet is de wet is de wet
een, twee, drie

DOEK

uit *de Baron van Münchhausen* (2022)