

ook het denken is anders. Het denken over publiciteit bijvoorbeeld: denken over hoe je een relatie opbouwt tussen een artiest en een publiek is iets heel anders dan reclame maken. Hoe ontwikkelen zich die draadjes van communicatie die veel belangrijker zijn dan affiches en advertenties? Publiciteit voeren volgens de mechanismen van publicatie, dat is simpel. Maar in het ontwikkelen van communicatie kruipt veel tijd.'

'Misschien is dat wel de kern van de zaak: een ander besef van tijdsgebruik en van met communicatie bezig zijn. Het gaat om een permanente communicatie over werkprocessen en werkomstandigheden die elke specifieke artiest nodig heeft. Waar de ene zegt: "wil je alsjeblieft om de twee dagen komen kijken en zeggen wat je ervan vindt", zegt de andere: "laat me alsjeblieft gerust tot ik het zelf het moment vind voor een gesprek". Of je het nu wil of niet, receptief werken houdt een verdinglijking in. Je bent niet bezig met de artiest te verdedigen maar met zijn voorstelling te verdedigen. De publiciteit, de organisatie, enzovoort. In het productiewerk is de eerste zorg niet het ding, maar mensen die mensen ontmoeten en een parcours afleggen, dat parcours blijven volgen en er zorg voor dragen. Het vraagt een wendbaarheid die niet in rede te vatten is. Elk productieproces is anders. Je moet bereid zijn het elke keer anders te doen en van nul te beginnen, zelfs al ken je de artiest fantastisch goed, zelfs al werk je al tien of vijftien jaar met hem. Een creatieproces is niet te vatten in "we gaan dat nu zo doen". Tijd hebben om te luisteren is ontzettend belangrijk.'

'Hoe maakten wij een receptief programma? Je ziet met een paar mensen driehonderd voorstellingen per jaar, je programmeert er dertig en je zorgt dat er volk in je zaal zit. Dat is toch marchanderen. Let wel, dat houdt geen waardeoordeel in. Ik zeg niet dat het belangrijker is om te produceren dan om te tonen, maar het is een andere stiel. Beide wegen zijn gewoon onverzoenbaar. Het echte produceren laat geen verdeling van aandacht toe. Maar wanneer je produceert in een receptieve structuur ben je altijd met twee dingen tegelijk bezig.'

Het verhaal van het Nieuwpoorttheater sluit hierbij aan. Stef Ampe: 'Productie en presentatie hebben een heel ander ritme en dat trekt zich door in de hele organisatie: andere poetsmomenten, de aard van de administratie, het soort spots dat je gebruikt, het soort technici, de tijdsbudgettering, enz. De organisatorische en financiële implicaties van die twee verschillende ritmes merk je trouwens aan de realiteit van het theaterveld. Tot voor kort was het Kaaitheater het enige kunstencentrum waar veel geproduceerd werd. Niet

voor niets is dat een centrum met een groot budget, dat zich twee ploegen kan veroorloven.'

Het Nieuwpoorttheater behoudt een beperkte receptieve werking, maar de productiewerking staat voorop en dat heeft consequenties. Kristof Jonckheere: 'Jaarlijks hebben we minstens evenveel voorstellingen als voorheen, maar we tonen minder verschillende producties gedurende een langere periode. Soms permitteren we het ons wel eens om drie maanden niets te tonen, omdat de zaal gebruikt wordt voor repetities. We schuiven onze presentatiekalender in onze productiekalender, waarbij we ruime marges laten rond de vermoedelijke premièreperiode van onze producties. Vóór het nieuwe beleidsplan was het Nieuwpoorttheater in eerste instantie een receptief plateau waar zo'n 55 verschillende producties per jaar werden getoond. De ene eigen productie die decretaal opgelegd is, werd daarin ingepast. Het nieuwe plan werkt omgekeerd. Onze productiekalender komt eerst en we bouwen stevige buffers in om een optimale toonsituatie te creëren. Een ander resultaat van het productiedenken is dat niet alleen het eigen werk maar ook de producties die we puur receptief in huis halen een langere speelperiode krijgen.' Het productiedenken stuurt de receptieve werking niet alleen organisatorisch, maar ook inhoudelijk. Stef Ampe: 'Soms presenteren we een productie omdat we denken dat er misschien wel nieuwe allianties uit kunnen ontstaan in de toekomst.'

Het begrip 'artistieke allianties' was één van de drie steunpunten van het beleidsplan van de nieuwe ploeg van het Nieuwpoorttheater. Omwille van de lage subsidiëring is dat het enige aspect dat kan gerealiseerd worden. Stef Ampe: 'De overheid verwacht van de organisaties dat ze een beleidsplan indienen. Dat is een terechte vraag. De procedure is dat daarover advies verstrekt wordt, waarna de minister beslist. Wat dan gebeurt, is hallucinant. Je krijgt de laconieke mededeling dat de middelen die je verwacht had er niet zijn en dat je dus je coherente beleidsplan moet bijstellen, wat neerkomt op een geamputeerd plan. Ons beleidsplan hadden we van meet af aan geënt op drie poten: (1) *Creaties*, waarbij we vertrokken van het werk van Johan Dehollander en/of Arne Sierens; (2) *De Werktitel*, waarin we het begrip doorstroming van jonge kunstenaars centraal stelden; (3) *Artistieke allianties*, waaronder we toen begrepen dat het Nieuwpoorttheater, naast het werk van Johan Dehollander en Arne Sierens, ook werk zou tonen van verwante makers, binnenshuis of buitenshuis maakt. De financiële ruimte, die je vooral krijgt door subsidies, noodzaakte ons om zelf de hakbijl boven te halen. Concreet betekende dat

dat wij al snel de duurste poot, de *Creaties*, hebben afgezaagd en dat we ook meteen de schaar hebben gezet in de kleine productie-entiteiten, *De Werktitels*. Wat nu dus overblijft is drie: de *Artistieke allianties*. Daardoor klopt het niet meer. Het is doenbaar, en zelfs vruchtbaar en interessant, maar het is geen gezonde situatie.'

Koppeling van productie en presentatie

Stef Ampe: 'De essentie was dat we in die drie blokjes een koppeling maakten van productie en presentatie. Daar zijn we trouw aan gebleven. Productie en presentatie moeten één organisch geheel vormen. Wij noemen dat "de ketting": beheer en artistieke controle vanaf het initiële idee tot en met de "carrière" van een productie. Wat niet wil zeggen dat je niet met anderen kan samenwerken. Productie en presentatie worden meestal ontkoppeld. Kijk naar het theaterlandschap: op de meeste plaatsen loopt er een scheidingslijn tussen productie enerzijds en presentatie of spreiding anderzijds.'

Kristof Jonckheere: 'Dat beheren van het artistieke proces hangt nauw samen met het uitgangspunt van artistieke autonomie. Anderhalf jaar geleden constateerden we dat er heel veel fout liep als gevolg van een productiedwang en een verkoopstrategie. Het was toen heel opvallend hoeveel producties voortijdig geaborteerd werden of kort na de première afgevoerd werden, of omgekeerd: de hoogte werden ingeprezen nog voor ze gemaakt waren. Het uitgangspunt van Johan en Arne was: laat ons dingen maken. Laat ons ze dan tonen. En laat ons op het moment dat we ze getoond hebben onderzoeken wat hun mogelijke carrière is, op plekken die wij zelf zien zitten. Maar het blijft moeilijk om te ontsnappen aan de kalenderdwang.'

Stef Ampe: 'Het gaat heel vaak over hoe je het maakproces organisch laat overvloeien in het presentatieproces. Dat uit zich in veel ruimte geven voor eindrepetities, wat het ter beschikking stellen van ruimte én een ondersteunende ploeg betekent. Dan spreek je ook over verschillende manieren van publiekswerping, wat nog iets anders is dan promotie. Voor elke productie moet je een specifiek publiek werven. Het betekent dat je afstapt van de profileringsdwang van de jaren '80 en begin de jaren '90. Je stapt af van herkenbaarheid, van abonnementen, van reeksen nieuwe dans, ouwe jazz, jonge video, en noem maar op. We hebben de notie van een vast publiek helemaal verlaten. In de plaats introduceren we de notie van het verloop van een publiek. Het publiek moet zich dus niet binden aan het huis, maar er moet telkens een nieuw publiek gewonnen worden voor een bepaalde voorstelling.'