

IJsbeerINC.

ObjectTheater

STICHTING IJSBEERINC.

JAARVERSLAG 2022

2022 | OVERZICHT

PROJECTEN

SOEP, Peter Peper, TOETI

SPEELBEURTEN

86

BEZOEKERS

5729

MEDEWERKERS

Milan Schleijsen, Marijn Maurits, Yalan Lips, Sem ten Haaf, Rieks Swarte, Nicole Gigatti, Nynke Koopmans, Alexander Schuitema, Lusanne Arts, Ellen Gaikhorst, Dionne Frijns, Tineke Verheij, Pauline Kalker

PARTNERS

Amstelveens Poppentheater, Stadsarchief Rotterdam, Hotel Modern, 't Hart Haarlem, LKCA, KIMO, Fishing for Litter, Stichting Noordzee, Thomas More, Viaa Zwolle, Fontys, InHolland (Den Haag)

MOGELIJK GEMAAKT DOOR

Gemeente Rotterdam, Fonds Podiumkunsten, Jan Ivo Stichting, Fentener van Vlissingen Fonds, P.B. Cultuurfonds, KF Hein Fonds, Gemeente Utrecht, Vrienden van Theater, Stroomversneller 025, J.C. Ruigrok Stichting, Fonds Cultuurparticipatie, Bylandt Stichting, Stichting Dioraphte

FOTOGRAFIE

Moon Saris, Jared Meijer

INHOUD

1. REALISATIE PROJECTEN

- 1.1 projecten in 2022
- 1.2 publiek
- 1.3 educatie
- 1.4 samenwerkingen
- 1.5 communicatie en PR
- 1.6 geografische spreiding

2. REALISATIE BEGROTING

- 2.1 Jaarrekening

3. EVALUATIE

- 3.1 realisatie beoogde projecten
- 3.2 aandachtspunten toekomst
- 3.3 SWOT-analyse

4. ORGANISATIE

- 4.1 werkgeverschap en opdrachtgeverschap
- 4.2 bestuur

1. REALISATIE PROJECTEN

1.1 PROJECTEN IN 2022

In 2022 heeft IjsbeerINC. de volgende projecten gerealiseerd: tour SOEP! (reprise) met een nieuwe cast, tour van Peter Peper met speciale context-projecten, voorbereidingen/repetities van TOETI. Met deze projecten ontstonden nieuwe hoogtepunten en uitdagingen. In dit verslag nemen wij u graag mee door het jaar en de reflecties en ontwikkelingen die deze met zich meebrengen.

Tour theatervoorstelling: SOEP! (4+)

SOEP! is een beeldende voorstelling over de herkomst van voedsel voor kleuters en peuters. In SOEP! transformeren groenten in landschappen en komen de verhalen van recepten en ingrediënten tot leven. Het eten dat dagelijks op ons bord ligt, heeft lange reizen gemaakt, komt soms van over de hele wereld en draagt veel verhalen met zich mee. Verhalen die de zintuigen en de verbeelding prikkelen. Tijdens de voorstelling wordt er gekookt en bouwen we letterlijk landschappen van de producten die ook in de soep verdwijnen. Eind 2021 hebben we de voorstelling overgedragen aan twee nieuwe acteurs: Lusanne Arts en Alexander Schuitema. In 2022 touren we de voorstelling door het hele land. De verkoop ligt in handen van Theaterbureau Frijns.

Spel Alexander Schuitema en Lusanne Arts

Concept Milan Schleijsen en Joy Slaats

Eindregie Milan Schleijsen, Marijn Maurits

Productie Marijn Maurits

Lichtplan John Gummels

Fotografie Jared Meijer

Verkoop Theaterbureau Frijns

Tour theatervoorstelling: PETER PEPER (7+)

Peter Peper is een coproductie tussen Hotel Modern en IjsbeerINC. In Peter Peper wordt Peter op missie gestuurd door de Franse koningin met als doel hun invloed in de wereld te vergroten. Peter Peper wil als botanicus wel dat iedereen kan genieten van goed gezond eten, maar het smokkelen en roven kan hij helemaal niet, hij is te bang. Zijn kracht is dat hij nieuwe planten kan laten groeien. Hij vraagt broer en zus Milan en Yalan om hulp: 'Ik kan wel planten laten groeien, maar ik ben geen Piraat! Na een tocht en storm op zee ontmoeten onze helden een Bandanese vrouw die een plan heeft om de VOC een hak te zetten door hun concurrenten te helpen. Samen zetten zij de smokkelroute op touw, worden betrapt en moeten in een laatste strijd met de VOC-baas Kaaskop laten zien wat ze waard zijn. In 2022 toert de voorstelling verder door het land en breiden we samenwerkingen uit.

Spel/muziek Yalan Lips, Jorrit de Vries

Concept Milan Schleijsen, Marijn Maurits, Yalan Lips

Regie/scenario/live-animatie Pauline Kalker (Hotel Modern)

Lichtplan Edwin van Steenberg

Creatief producent Marijn Maurits

Educatie Bregt van Deurse, Pauline Kalker

Verkoop Theaterbureau Frijns

Maakproces TOETI (4+)

TOETI is een beeldende jeugdtheatervoorstelling (4+) over smeltende poolkappen, het redden van de natuur en samen ijs maken. In TOETI zien we twee Italiaanse ijsmakers, die groot dromen. Ze willen ijs maken Basilicum-citroen ijs - voor iedereen (tutti). Maar hoe doe je dat en waar komen de ingrediënten vandaan? Op de noordpool vertelt een ijsbeer hen het geheim. Nu is er ijs voor iedereen, de Italianen kunnen aan de slag! Maar hoe meer ijs er wordt gemaakt, hoe kleiner de ijsberg. Steeds kleiner en kleiner... Wat nu?

In TOETI staan beeldende live projecties, slapstick, maskerspel en poppentheater op het menu. De klunzige Italiaanse ijsmakers zijn net jabberende clowns. De ijsbeer is zowel een pop als een acteur in een berenpak, de producten/ingrediënten komen tot leven en aan het eind van de voorstelling is er echt ijs voor het publiek om te proeven.

De voorstelling is voor kinderen vanaf 4 jaar. TOETI wordt gespeeld op basisscholen en in theaters. We spelen ook op plekken, waar niet snel theater gespeeld wordt, zoals zorginstellingen, speciaal onderwijs en buurthuizen. We werken nauw samen met het Amstelveens Poppentheater (werkplek en première), Theaterbureau Frijns (verkoop) en Rieks Swarte (regie).

Spel Milan Schleijsen & Sem ten Haaf

Regie Rieks Swarte

Vormgeving Nynke Koopmans & Nicole Gigatti

Creatief producent Marijn Maurits

Licht Joris Thomassen

Advies gebaren Vincent Lamers en Anjo Heijman

Verkoop Theaterbureau Frijns

PLANNING

jan,feb,maart 2022

ontwikkeling concept, team bij elkaar verzamelen, begroting-
publiciteitsplan maken

april, mei, juni 2022

fondsen aanvragen, techniek residentie Feikes Huis (Amsterdam)

augustus, september 2022

schrijven script / voorbereiding decor

oktober, november 2022

Repetities Amstelveens poppentheater

december 2022

Montage, try outs Amstelveens poppentheater

januari 2023
premiere Amstelveens poppentheater

1.2 PUBLIEK

PUBLIEKSCIJFERS SOEP!(4+)

aantal	datum	locatie	stad	soort	publieksaantal
2	24-01-2022	Hart	Haarlem	theater	VERPLAATST
2	31-01-2022	Hart	Haarlem	theater	VERPLAATST
2	7/2/2022	Hart	Haarlem	theater	VERPLAATST
1	6-2-2022	Maaspodium	Rotterdam	theater	67
2	22-2-2022	Laterna Magica	Amsterdam	school	200
		2x workshop			
1	6-3-2022	De Molen	Beuningen	theater	VERPLAATST
3	14-3-2022	Wolters	Den Haag	school	225
1	24-3-2022	BplusC	Hillegom	school	100
2	31-3-2022	BplusC	Hillegom	school	138
2	4-4-2022	BplusC	Leiden	school	227
3	5-4-2022	BplusC	Leiden	school	205
3	14-4-2022	BplusC	Lisse	school	354
1	21-4-2022	Basisschool Johannes	Arnhem	school	75
1	7-5-2022	De Weijenbelt	Zwolle	Wijkvereniging	VERPLAATST
2	7-6-2022	Kennemerhart Molenburg	Haarlem	school	58
		2x workshop	Haarlem	school	
1	17-6-2022	De Molen	Beuningen	theater	100
1	19-6-2022	t Web	Bleiswijk	theater	GEANNULEERD CORONA
2	20-6-2022	Reinaldahuis	Haarlem	centrum	VERPLAATST CORONA
		2x workshop	Haarlem	school	
1	21-6-2022	De Weijenbelt	Zwolle	Wijkvereniging	150
2	28-6-2022	St Jacob Nieuw Delftweide	Haarlem	centrum	69

		2x workshop	Haarlem	school	
1	18-9-2022	t Wilde Westen	Utrecht	theater	opgevraagd
2	19-9-2022	Reinaldahuis	Haarlem	centrum	60
		2x workshop	Haarlem	school	
1	26-9-22	De Archipel	Amsterdam	school	104
2	3-10-22	PCBS	Apeldoorn	school	44
1	30-10-2022	Studio de Bakkerij	Rotterdam	theater	28
42					2204

PUBLIEKSCIJFERS PETER PEPER (7+)

aantal	datum	locatie	stad	soort	publieksaantal
1	16-01-2022	APT	Amstelveen	theater	COVID ANNULERING
1	2-5-2022	Maaspodium	Rotterdam	theater	COVID VERPLAATSING
1	13-02-2022	Zwolse Theaters	Zwolle	theater	75
2	16-02-2022	De Piloot	Rotterdam	school	100
2	18-3-2022	Hogeschool Viaa	Zwolle	hogeschool	116
		2x workshop	Zwolle	school	
1	25-3-2022	Fontys	Veghel	hogeschool	125
2	29-3-2022	MFC	Moerdijk	cultureel centrum	218
1	30-3-2022	MFC	Moerdijk	cultureel centrum	92
2	4-4-2022	Hoftheater	Raalte	theater	79
2	5-4-2022	Hoftheater	Raalte	theater	88
2	06-04-2022	Hoftheater	Raalte	theater	92
1	19-4-2022	Theater Zuidplein	Rotterdam	theater	180
1	23-4-2022	De Wijebelt	Zwolle	wijkvereniging	60
1	24-5-2022	Thomas More	Rotterdam	Hogeschool	100
2	10--6-2022	Joseph Haydenschool Locatie Sweelinck	Groningen	school	197
1	13-6-2022	Het braambos	Hoofddorp	school	60
1	12-8-2022	Rozet	Arnhem	bibliotheek	75
1	19-8-2022	Rozet	Arnhem	bibliotheek	75
2	26-9-2022	Kulturele Raad	Hillegom	school	187
1	27-9-2022	Kulturele Raad	Hillegom	school	90
1	4-10-22	Thomas More	Rotterdam	hogeschool	100

1	4-10-22	W 'tjewel groepsaccommodatie en minicamping	Eersel	hogeschool	60
1	6-10-2022	Het Leids volkshuis	Leiden	theater	123
1	9-10-2022	Amstelveens Poppentheater	Amstelveen	theater	120
2	18-10-2022	Stadsarchief Rotterdam	Rotterdam	museum	110
2		workshop		museum	110
1	27-10-2022	Maastheater en dans	Rotterdam	theater	53
1	16-11-2022	Auris prof. van Gilseschool	Haarlem	school	100
		workshop		school	
2	21-11-2022	Fluxus Muziekschool	Zaandam	kunstencentrum	340
2	22-11-2022	Fluxus Muziekschool	Zaandam	kunstencentrum	200
2	23-11-2022	Fluxus Muziekschool	Zaandam	kunstencentrum	200
44					3525

Zoals in de bovenstaande cijfers te lezen is, groeit ons landelijk bereik enorm. Theaterbureau Frijns heeft in oktober een extra presentatiedag ingepland waar voorstellingen live konden worden getoond die eerder bij de digitale presentatiedag in 2021 niet de kans kregen om de volledige zintuiglijke ervaring over te dagen. We plukken de vruchten van een groeiend besef dat we anders met de wereld en elkaar moeten omgaan. En de programmeurs weten ons te vinden.

1.3 EDUCATIE

Vernieuwing in onze educatie

In samenwerking met Theaterbureau Frijns is er geld aanvraagd bij Fonds Cultuurparticipatie om de educatie van alle gezelschappen onder Theaterbureau Frijns een 'opfrisbeurt' te geven. Er is een leertraject ontwikkeld bestaande uit een trainingstraject van 4 sessies van 2 uur waarin we met Mirthe van der Meulen, Judith Wagensveld en Frieda de Rhoter hebben gewerkt aan algemene kennis over cultuureducatie en het kerndoelen, gevolgd door verdiepende sessies over ons eigen specifieke lesmateriaal bij onze voorstellingen SOEP! en Peter Peper.

Vooronderzoek:

In het vooronderzoek is het lesmateriaal door Judith Wagensveld (Docent/ trainer Filosoferen op School en Creativiteitsontwikkeling) en Mirthe van der Meulen (Pedagogisch en creativiteitscoach, tevens groepsleerkracht in het basisonderwijs) onder de loep genomen. Per gezelschap zullen zij in (digitale) meetings hun conclusies uit dit onderzoek bespreken en handreikingen geven om het

huidige materiaal te verbeteren.

Vervolg en afsluiting trainingstraject:

Twee zoom sessies met Frieda de Rhoter – algemene kennis over cultuureducatie en kerndoelen, gevolgd door verdiepende sessie over het specifieke lesmateriaal en plan van aanpak voor ieder gezelschap. Frieda de Rhoter (Kunstvakdocent Theater) zal de gezelschappen in een algemene training over cultuureducatie aanreiken hoe ze SLO kerndoelen en thema's uit de voorstelling (beter) kunnen benoemen en verwerken in het lesmateriaal. Ook focust zij met hen op de uitwerking van het lesmateriaal en de aansluiting van de lesopdrachten bij de beleavingswereld van de doelgroep. Frieda stelt samen met de gezelschappen een concreet plan op voor het doorontwikkelen van het lesmateriaal.

TOETI

TOETI heeft een nieuw interactief educatief programma. Ontwikkeld door Bregt van Deursen en Evelien Kanters zijn er podcasts beschikbaar voor de kleuters en apart voor de onderbouw. Omdat de doelgroep van TOETI jonger is dan bij Peter Peper moest onze visie van auditieve opdracht en filosofische gesprekken enigszins worden herzien. Kleine kinderen leren al doende, en daarom kozen we voor een zintuiglijke aanpak.

Het educatief materiaal van TOETI bestaat uit een 5-delige podcast genaamd Samen Smelten. We gaan samen met een hoop ijsklontjes op onderzoek uit in de klas en worden echte smelt-experts! De podcasts zijn gemaakt om te beluisteren na het zien van de voorstelling TOETI. Per aflevering staat één opdracht centraal, waarin de leerlingen al doende thema's uit de voorstelling onderzoeken. Na het zien van de voorstelling ontvang je van ons de ijsklontzakjes die je nodig hebt voor de hele klas. De podcasts en het aanvullende educatie materiaal zijn terug te vinden op de website van Theaterbureau Frijns en IjsbeerINC.

Zie voor het hele product: <https://www.ijsbeer-inc.nl/toeti>

Een veelbelovende toevoeging zijn de kaartjes met qr-code die vanuit theaterbureau Frijns zijn geïnitieerd. Een pakketje met ijs maak-zak en tastbare instructies moet de drempel verlagen om de opgedane kennis/verwerking van TOETI uit te voeren.

1.4 SAMENWERKINGEN

Rotterdam Stadsarchief

In 2023 zetten we in het Rotterdams Stadsarchief een project op waarbij de voorstelling Peter Peper wordt gecombineerd met een educatief programma. De kracht van dit programma gaat liggen in de dramaturgische verbinding tussen de verschillende elementen.

Dit educatief programma bestaat uit: een inleidende les op school van het Museum Rotterdam, de voorstelling Peter Peper, een workshop en een rondleiding door het Rotterdams Stadsarchief, waarbij de laatste twee zijn vormgegeven vanuit de drie centrale personages uit het verhaal (Peter

Peper, Generaal Kaaskop en heldin Saraja). Het gebruiken van de personages uit de voorstelling geeft houvast aan de lerende kinderen.

We hebben het Rotterdams Stadsarchief hiermee ook een nieuwe insteek geboden om educatief materiaal interactief te maken. We hopen deze samenwerking door te zetten en dit format toe te passen met nieuwe partners.

Hotel Modern

In 2022 is de samenwerking tussen Modern en IjsbeerINC. op een lager pitje gezet vanwege drukke agenda's. Een samenwerking via de Jonge Makers regeling van het Fonds Podiumkunsten bleek niet haalbaar en voor TOETI zochten we een andere makers wiens stijl ons zou voeden,

In 2023 staan er echter weer plannen op de agenda zoals het inwerken van een nieuwe speler voor Peter Peper en het organiseren van de daaropvolgende tour in nieuwe bezetting.

't Hart Haarlem - Auris van Gilseschool

Onze verbinding met 't Hart heeft dit jaar meer dimensies gekregen. De voorstelling SOEP! speelde in tehuizen voor bejaarden en kleuters uit de wijk. Na deze speelbeurten was er een gezamenlijke workshop (zie educatie) waarbij de twee groepen samen speelden, en ontroerend contact maakten. Tijdens de workshops in de verzorgingshuizen stond de ontmoeting tussen oud en jong centraal. Kinderen en ouderen doen oefeningen met elkaar om contact te maken. Het 'handpoppetje', lopend op twee vingers, uit de voorstelling was een goede tool. De kinderen en ouderen konden met deze poppetjes over elkaars hoofd en schouders lopen en een grote sprong of glijbaan maken van een arm. We zagen dat het fysieke contact, de ouderen raakten en dat het de kinderen een nieuwe, niet verbale manier van verbinding gaf.

Daarnaast speelde Peter Peper op de Auris van Gilsche school, waar wij ook een workshop gaven aan de kinderen en docenten op basis van onze lesbrief.

Met de Auris Van Gilseschool gaan we komend jaar een nieuw project starten en spelen we een rol in hun CMK regeling. We gaan docenten trainen om meer kunst te gebruiken in hun lessen.

LKCA en Vincent Lamers

Vincent Lamers was al betrokken bij SOEP! door op de vloer voor ondertiteling te zorgen op zijn SO-school de Parel. In onze nieuwe voorstelling TOETI zal Vicent ons trainen op de gebarentaal ook zelf in te zetten. Zo maken we onze voorstellingen toegankelijker voor het Speciaal Onderwijs.

Hierbij krijgen we ook advies en hulp van het LKCA. Tijdens een online conferentie in 2023 gaan we onze kennis delen en zetten zij hun netwerk in voor ons bereik.

KIMO - Fishing for Litter en Stichting Noordzee

Voor TOETI hebben we verbinding gezocht met KIMO. KIMO werkt samen met vissers en verzamelt het plastic wat de boten in hun netten krijgen. Dit plastic wordt verwerkt maar ook naar ons doorgestuurd. Het decor van TOETI zal voor 80% bestaan uit plastic dat uit de zee is gevist.

Daarnaast gebruiken we dit materiaal in workshops op maat. Op die manier draagt de voorstelling bij aan een schonere natuur.

PABO's Thomas More Viaa Zwolle, Fontys en InHolland (Den Haag)

De voorstelling Peter Peper is dit jaar ruim ingezet op PABO's. De constructie is dat studenten samen met kinderen gaan kijken naar de voorstelling en daarna met hen in gesprek gaan. Aankomende docenten leren zo praten over kunst met kinderen en zien wat kunst als onderwijsvorm kan genereren.

Bij Thomas More werden daar lessen Filosoferen met Kinderen aan toegevoegd en op de Fontys was het onderdeel van een Werkweek waarbij de studenten ook een voorstelling maakten voor kinderen. Bij Viaa Zwolle maakten studenten filmpjes naar aanleiding van Peter Peper en ook gaven Milan en Yalan workshops op een Werkweek in Vierhouten (wederom voor Thomas More).

1.5 COMMUNICATIE EN PR

In 2022 heeft Ellen Gaikhorst stage gelopen als marketing en communicatie stagiair. Aan de hand van de communicatie en PR vragen heeft Ellen zich beziggehouden met de vraagstukken van IjsbeerINC. In de kopjes hieronder vind je de onderzoeksresultaten van haar onderzoek en haar advies nemen we op bij 3.2 AANDACHTSPUNTEN TOEKOMST.

Website

Op onze website vind je informatie over de voorstellingen inclusief het educatiemateriaal en de persmap, de speellijsten van de voorstellingen en informatie over Stichting IjsbeerINC. en de medewerkers.

Vanaf de lanceringsdatum van de website (13-12-2021) tot 07-03-2022 zijn er 220 website-sessies geweest, waarvan 122 unieke bezoekers waren. De gemiddelde sessieduur is 7 minuten en 26 seconden. Van de 220 website-sessies waren er 145 (66%) direct, 51 (23%) vanuit Google, 10 (5%) vanuit Instagram en zijn er 8 (4%) onbekend. Van al deze sessies waren 137 (62%) gedaan vanaf een desktop en 83 (38%) vanaf een mobiel.

Per sessie waren dit de belangrijkste pagina's:

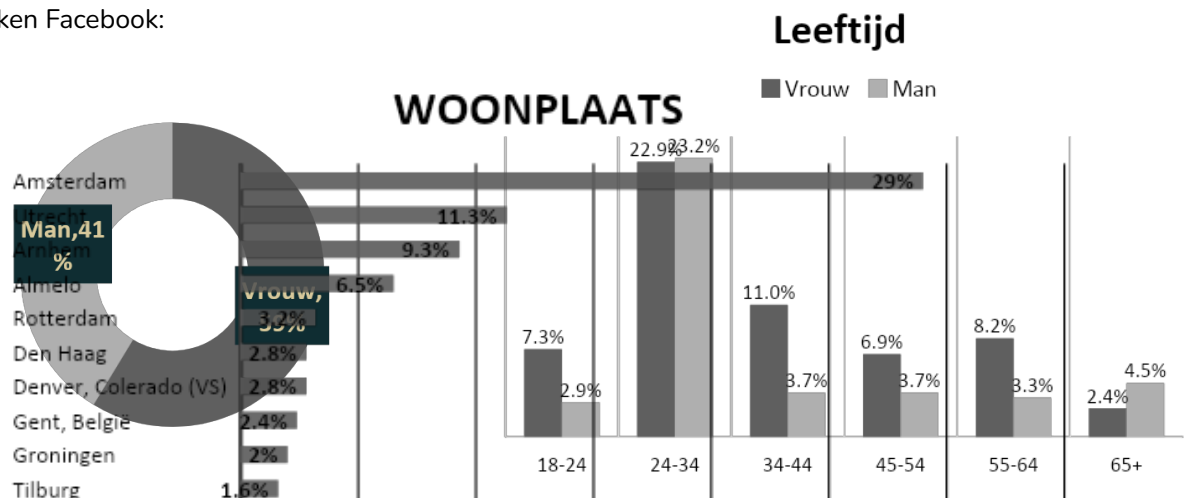
- o Homepagina – 126 (57%)
- o Peter Peper – 92 (42%)
- o Voorstellingen – 71 (32%)
- o Wie is wie – 69 (31%)
- o Agenda – 66 (30%)

Social media

Facebook: IjsbeerINC. - 246 vind-ik-leuks, 263 volgers

De pagina is gecreëerd 16-02-2020. Op de facebookpagina worden Posts gedeeld over de aankomende speeldata, maar ook leuke feitjes over de voorstellingen. Ook wordt er nieuws over de cast gedeeld. Er wordt niet volgens een schema gepost en er wordt ook bijna niet gepost. In de afgelopen 3 maanden (mei, juni & juli) is er 2 keer gepost.

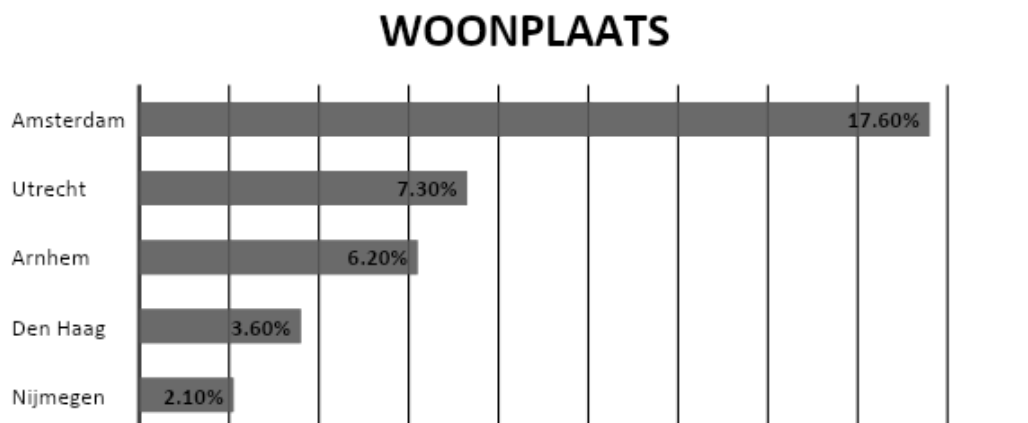
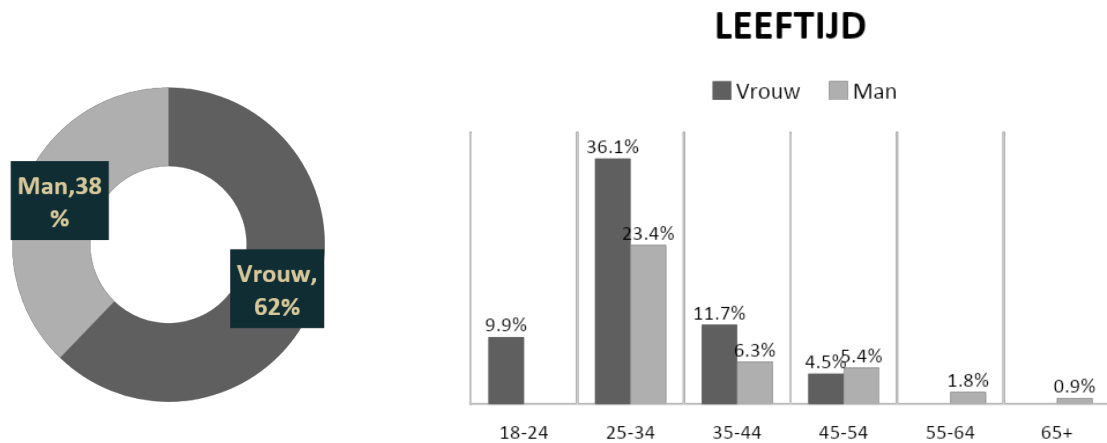
Statistieken Facebook:



Instagram: @ijsbeerinc - 215 volgers

Op de instagrampagina worden dezelfde posts gedeeld als op facebook. Ook wordt er in de stories gepost over de voorstellingen op de speeldagen zelf. De acteurs hebben afgesproken met Milan en Marijn dat zij minimaal 2 stories per speelbeurt plaatsen. Er wordt niet volgens een schema gepost en er wordt ook bijna niet gepost. In de afgelopen 3 maanden (mei, juni & juli) is er 2 keer gepost.

Statistieken Instagram:



YouTube: Ijsbeer INC. - 1 abonnee, 1046 views over alle video's

Op het YouTube kanaal van IjsbeerINC. worden de trailers van de voorstellingen gepost. Hier wordt voor de rest niet actief op gepost. Het kanaal is gecreëerd op 16-03-2021.

IjsbeerINC. heeft een nieuwsbrief. Er wordt twee keer per jaar een nieuwsbrief uitgestuurd. De nieuwsbrief heeft 278 abonnees en wordt verzonden vanuit WIX.

IjsbeerINC. heeft geen marketeer in het team zitten. De socials en nieuwsbrief worden nu door Marijn Maurits gedaan. Ook verzorgt Marijn de website en houdt daar de speellijst bij. De promotiematerialen voor speellocaties worden nu beheerd door het impresariaat.

Offline

Voor de voorstellingen *SOEPI*, *Peter Peper* en *TOETI* zijn er ook flyers en poster gedrukt. Deze liggen in de theaters en scholen waar gespeeld wordt.

Theaterbureau Frijs

IjsbeerINC. heeft een impresariaat dat de voorstellingen inboekt. Zij regelen het contact met de scholen en theaters waar de voorstellingen van IjsbeerINC en zorgen ook dat de boekers het beeldmateriaal en de teksten binnen krijgen. IjsbeerINC. heeft ook een eigen pagina op de website van Theaterbureau Frijs, waar ook informatie over de voorstellingen te vinden is.

1.6 GEOGRAFISCHE SPREIDING

In 2022 zijn we veelal actief geweest in de regio Rotterdam. Maar ook in Drenthe hebben we dit jaar grote reeksen geboekt. We spelen door heel Nederland. Hoewel Limburg, Zeeland en Friesland nog ontbreken op onze speellijst. In 2022 lag het zwaartepunt in Zuid-Holland (Rotterdam), maar met grote reeksen in Drenthe en Noord-Holland, kunnen we tevreden zijn over onze spreiding.

Naast de spreiding merken we ook dat boekers van SOEP! ook interesse hebben in Peter Peper. Ook als we vooruit kijken naar 2023 zien we dat er een grote overlap is en dat dus ook het tweede deel van het diner drieluik wordt ingekocht.

Daarnaast werken we hard aan de relaties van partners door het hele land (zie samenwerkingen) en bouwen we door aan ons netwerk.

2. REALISATIE BEGROTING

2.1 JAARREKENING

Toelichting cijfers

ntb

3. EVALUATIE

3.1 REALISATIE BEOOGDE PROJECTEN

SOEP! (reprise)

Het overdragen van de voorstelling SOEP! aan de nieuwe acteurs Lusanne Arts en Alexander Schuitema is erg goed uitgekapt. Tijdens de repetities in Arnhem bij Theater aan de Rijn bleken hun acteerkwaliteiten en nieuwe energie een fijne bodem voor het zijn om scène-ideeën die wij tijdens het spelen hebben opgedaan goed uit te werken. We kregen ook opnieuw waardering voor de voorstelling nu we er eens vanaf de kant naar konden kijken en de energie ervaren die we opwekken bij het publiek.

Toen de voorstelling eenmaal was overgedragen ontstond er meer ruimte voor Marijn om de productieprocessen goed te ordenen. Omdat Peter Peper goed liep en we bezig waren met de voorbereidingen van TOETI was dit absoluut nodig. Ook Milan had meer ruimte om te investeren in het uitbreiden van het netwerk en het opzetten van verschillende context-projecten. In deze projecten koppelen we de voorstellingen op locatie of andere organisaties om een laag toe te voegen aan de ervaring van het publiek.

Afgelopen jaar is het gelukt een hartverwarmend context-project op te zetten in samenwerking met Hart Haarlem. Hart faciliteert verschillende projecten met kunst in het onderwijs en de zorgsector en beheert het kunstmenu voor scholen in Haarlem.

Hart benaderde ons om na te denken over een project waarbij ook verzorgingstehuizen betrokken zouden zijn. Zo ontstond het plan om SOEP! te spelen in verzorgingstehuizen en kleutergroepen van nabijgelegen scholen uit te nodigen voor de voorstelling en een workshop waarin ook de bewoners mee zouden doen. Naast de thema's uit de voorstelling: reizen en samenwerken zou ook de ontmoeting tussen beide groepen centraal moeten staan.

Hoewel het vooraf een uitdaging leek om deze groepen, die zulke verschillende behoeften hebben, te verbinden bleek het een gouden combinatie. Zeker in sommige verzorgingshuizen, waar zwaar dementerende bewoners naar de voorstelling kwamen, was de speelse fantasie van de kinderen een verrijking. De onbevangenheid van de kleuters maakte dat ook bewoners zich opende. Met name de opdracht waarbij de kinderen met een vingerpoppetje van de glijbaan (de arm van een bewoner) moesten glijden, ontroerde oud en jong.

Peter Peper

In het jaar 2022 heeft de verkoop van Peter Peper een enorme vlucht genomen. Met een aantal van boven de tachtig speelbeurten kunnen we wel stellen dat deze voorstelling een groot succes is en nog even blijft. Ook in 2023 en zelfs in 2024 wordt de voorstelling nog geboekt en is in dit opzicht zeker de meest succesvolle productie die we met IjsbeerINC. hebben gemaakt.

We hebben hierin de tijd mee. De excuses van ons koningshuis voor het koloniaal verleden, herdenkingen voor de afschaffing van de slavernij en de black-lives-matter beweging hebben ervoor gezorgd dat er op grote schaal besef is over de noodzaak om het over kolonialisme te hebben. Wat

niet wil zeggen dat het zonder problemen verloopt. Onze ambities betreffende context-projecten richten zich bij Peter Peper op musea en PABO's.

Met deze eerste leken we snel beet te hebben na positieve geluiden en gesprekken met het scheepvaartmuseum in Amsterdam. Deze werden echter afgebroken toen het museum negatieve publiciteit kreeg over een eerder project waarbij een witte fotograaf betrokken was. Het feit dat Milan en Yalan wit zijn woog daarna zwaarder dan het feit dat Peter Peper voortkomt uit het Indische verleden van Milan's oma. Het zette ons wel aan het denken en leverde ook op dat wij, als we de voorstelling gaan overdragen, het noodzakelijk vinden, dit verhaal te laten vertellen door acteurs met een directe verbinding met het koloniaal verleden.

Gelukkig kwam later dat jaar een nieuwe samenwerking tot stand met het Rotterdams Stadsarchief. waar ook in 2023 nog veel speelbeurten zijn gerealiseerd. Naast musea waren PABO's een doelgroep voor de context-projecten van Peter Peper. Aangezien de thema's in de voorstelling genoeg aanleiding geven om met kinderen in gesprek te gaan ontwierpen we een vorm waarbij studenten de voorstelling zagen samen met kinderen, daarna van ons en de school een workshop kregen in: mét kinderen deelnemen aan, en het hebben over, kunst.

De PABO's van Fontys (Br) Thomas More (ZH) en VIAA (Zwolle) lieten ons al meerdere keren terugkomen waardoor een langere werkrelatie is ontstaan en de PABO Inholland Den Haag staat in 2023 op het programma.

TOETI

Met TOETI sluiten we ons Diner-drieluik af. De derde voorstelling waarin we ons publiek via eten mee nemen op reis om de wereld te ontdekken die achter het eten schuil gaat. TOETI is de grootste voorstelling die we tot nu toe hebben geproduceerd. Het budget, het team is groter en ook het decor zijn twee keer zo groot als bij Peter Peper. Het zegt iets over onze ambities maar heeft natuurlijk ook nieuwe uitdagingen tot gevolg. Deze voorstelling over ijs maken, over-consumptie, en het ontdekken van de overweldigende natuur is een beeldend spektakel te worden dat in januari 2023 in première zal gaan.

Tijdens de voorbereidingen hebben we nieuwe partners gevonden in Stichting de Noordzee en KIMO Fishing for Litter (zie samenwerkingen). Dit stelden ons in staat om een grote en daarmee overweldigende vormgeving toe te voegen aan het verhaal. De poppen en objecten hebben meer zeggingskracht en expressie omdat ze voortkomen uit het aangetaste plastic.

Ook de samenwerking met Rieks Swarte was voor Milan een bevrijdende stap. Door bouwend op elkaars enthousiasme kwamen veel mooie ideeën tot stand. Maar op elkaar lijken heeft ook nadelen. Het hebben van dezelfde energie en maak-geest maakt ook dat je dezelfde blinde vlekken hebt. Dit kwam de makers ook op kritiek te staan en zou van invloed kunnen zijn op de verkoopbaarheid.

Zoals gezegd komen er ook nieuwe uitdagingen op financieel gebied. Het verkrijgen van een ANBI-status voor de stichting en ook een noodzakelijke tweede subsidie-aanvraagronde zorgden voor spanning tijdens het project. Het liet ons inzien dat we als groeiende organisatie veranderingen moeten doorvoeren in onze planning en financiële-overzicht systemen.

3.2 AANDACHTSPUNTEN TOEKOMST

Educatie

Het creëren van educatief materiaal is belangrijk voor de verwerking van indrukken die kinderen opdoen tijdens de voorstelling. We maken bewust interactief materiaal omdat we geloven dat dit de manier is om kennis te verankeren in het publiek. Via educatief materiaal maken kinderen verbindingen met hun directe omgeving en belevingswereld.

We lopen als organisatie aan tegen het probleem dat veel van het door ons aangereikte materiaal maar matig gebruikt wordt. Hoewel de drempel wel is verlaagd door een nieuwe webpagina van ons impresariaat Theaterbureau Frijns en kaartjes met een QR-code die we uitdelen aan docenten na de voorstelling.

In het komend jaar geven we bij de tour van TOETI nog een aantal items mee voor het maken van de ijsklontjes. We hopen dat deze tastbare dingen werken als reminder.

Nagesprekken en workshops bij SOEP! en Peter Peper zijn erg effectief. We zien de kinderen, docenten en ouderen enorm genieten en op hun eigen wijze vormgeven aan wat ze uit de voorstellingen hebben gehaald. Dit komt mede door onze bevlogen vormen van lesgeven. Een reden te meer om bij nieuwe projecten aandacht te besteden aan de vormen waarin ook spelers deelnemen aan de verwerking.

Artistiek leiderschap & taakverdeling

Door het succes van Peter Peper en het maken van de nieuwe voorstelling TOETI was het voor Milan Schleijpen door tijdgebrek lastig om taken als artistiek leider naar behoren te vervullen. Dit leverde ruis op in het dagelijks bestuur dat voor creatief producent Marijn Maurits te belastend werd.

Het kernteam heeft daarom besloten in een aantal intervisiesessies onder leiding van bestuurslid Bart Bleijerveld te houden om de nieuwe structuur van het dagelijks bestuur van de IjsbeerINC. in goede banen te leiden.

Daarnaast is een van de stappen die zullen worden gezet het organiseren van audities en repetities om de rol van Milan in Peter Peper over te laten nemen. Dit zal plaatsvinden in juni en juli 2023.

Vooruitkijken en planning

Een van de stappen in de professionalisering van IjsbeerINC. is het opstellen van een 5-jaren-plan.

Dit zullen we in de loop van 2023 opstellen om meer richting te geven aan de groei als gezelschap, het opzetten van nieuwe projecten en het aanvragen van subsidies.

Producties op de rol houden

Als kleine organisatie is het draaiende houden van meerdere producties een uitdaging. Overheadkosten (kantoor) en productiekosten (vervoer en opslag) drukken zwaar op de begroting. De tour van de voorstellingen draait voornamelijk op de uitkoopsommen. We lopen er momenteel tegenaan dat de kosten om alle voorstellingen tourende te houden, scheef groeien met de inkomsten die de uitkoopsommen genereren. Deze kunnen niet volledig meegroeien vanwege de budgetten van scholen en daardoor lopen we tegen de grenzen van onze middelen aan. Dit probleem is in de gehele sector merkbaar en erg lastig op te lossen.

Voor een rol-overname van Milan in Peter Peper zullen we in gesprek moeten met onze co-producent Hotel Modern. Daarnaast moeten we met het bestuur en het kernteam om tafel om de geldstromen te herzien.

Marketing en PR

Hieronder zijn de conclusies en advies van Ellen Gaikhorst te lezen betreft het marketing onderzoek dat zij deed.

'Algemeen

Mijn eerste advies is om een publiciteits mail aan te maken. Met een publiciteits mail is er een specifieke locatie waar vragen/opmerkingen over de website & social media terecht komen. Ook is het een goede plek om contacten te onderhouden. Daarnaast zal het ook helpen met een aantal onderstaande adviezen.

Communicatie

Qua communicatie is er bijna geen communicatie naar de buitenwereld. Er wordt nagenoeg niet gepost op social media, door een tekort aan tijd, en er wordt 2 keer per jaar een nieuwsbrief verstuurd. Er wordt wel gebruikgemaakt van de stories op Instagram en Facebook.

Omdat IjsbeerINC. een groeiend bedrijf is, denk ik dat een overgang van 2 naar 4 nieuwsbrieven per jaar een goed idee zou zijn. Met 2 keer per jaar verdwijn je tussendoor een beetje van de radar. De nieuwsbrieven hoeven niet heel lang te zijn, het is zelfs beter wanneer ze niet te lang zijn. Ik zou aanraden om 2x per jaar een grotere nieuwsbrief te doen en 2x per jaar een kleinere nieuwsbrief te doen met vooral updates over speeldata en hints dat er achter de schermen veel gebeurt.

Op social media ontbreekt heel erg de call to action. Verwijs mensen naar de website of naar de comments voor meer interactie. Om vaker en consistentere content naar buiten te brengen raad ik aan om een contentplanning aan te maken. Een contentplanning zorgt ervoor dat er consistentere gepost wordt, maar geeft ook een duidelijk overzicht op jaarbasis wat er gebeurd is op social media. In de contentplanning kunnen ook de nieuwsbrieven, speeldata en stories opgenomen worden.

Ook viel het mij op dat er geen LinkedIn-pagina is. LinkedIn is een goede manier om je netwerk te vergroten. Zo kun je bijvoorbeeld scholen bedanken na speelbeurten. Dit komt dan ook weer op de pagina's van andere docenten en scholen en zo bereik je vrij snel nieuwe bedrijven.

Een van de eerste dingen die mij ook opviel was dat de bedrijfsnaam op verschillende manieren geschreven is voor verschillende social medianetwerken. Op Facebook is het bijvoorbeeld 'Ijsbeerinc' en op YouTube is het 'Ijsbeer INC.'. Ik zou zeker aanraden om te kijken of het mogelijk is om de paginanamen aan te passen zodat ze zo veel mogelijk overeenkomen met elkaar. '

3.3 SWOT-ANALYSE

<p>STERKTES</p> <p>Artistiek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - artistieke beeldende eigen handtekening - onderscheidend in integreren koken in voorstel - koppelen van de vorm (ingrediënten als personages) direct aan de inhoud van de herkomst van gerechten en de maatschappelijke gevolgen die daarbij horen. <p>Publieksbereik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - steeds groter bereik in scholennetwerk - door universele thema zijn voorstellingen voor divers publiek toegankelijk - lage drempel door language no problem <p>Financieel economisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - het zoeken van partners om ruimte te creëren in financiële mogelijkheden <p>Organisatorisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - trouwe, betrokken en loyale werknemers, die zich verantwoordelijk voelen voor het gezelschap - we weten steeds meer mensen aan ons te binden 	<p>ZWAKTES</p> <p>Artistiek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Complexe decors met lange bouwtijd <p>Publieksbereik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - missen van kennis over bereik brug-organisaties/uitkopers buiten bereik impresariaat. <p>Financieel economisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - financieel geen reserves om op terug te vallen - voorstellingen bestaan uit veel elementen en dus kostbaar - niet altijd de financiële middelen om gewerkte uren uit te betalen - te laat met aanvragen doen, waardoor er geen financiële zekerheid is zodra het project start <p>Organisatorisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - hoge werkdruk door kleine organisatie en veel overuren - geen financiële ruimte/uren om kantooruren op te vangen en dus de niet artistieke taken soms langer blijven liggen.
<p>KANSEN</p> <p>Artistiek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - meerdere partners die ons organisatorisch als artistiek verder helpen. - multidisciplinaire pijlers uitwerken en verdiepen - coproducties inzetten om eigenheid uit te breiden en kennis te verbreden. <p>Publieksbereik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - impresariaat Frijns zorgt voor verbreding netwerk - landelijk partners zoeken die baat hebben bij de kennis die wij delen - instellingen buiten het theater actief benaderen om naar hen toe te komen ipv te wachten tot zij ons zien <p>Financieel economisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - samenwerken met partners die ook met dezelfde inhoud bezig zijn, waardoor er financiële ondersteuning plaatsvindt. <p>Organisatorisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - jaarplannen maken en tussentijds evalueren 	<p>BEDREIGINGEN</p> <p>Artistiek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - veel beeldend theater aanbod in Amsterdam - te veel willen in een te korte tijd <p>Publieksbereik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - veel aanbieders op de markt met jeugdtheater - Instellingen die voorstellingen kopen zijn moeilijk bereikbaar. Onoverzichtelijk welke organisaties wat doen. <p>Financieel economisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - uitkoopsommen moeten omhoog, maar geen ruimte in budget van scholen - gebrek aan kennis financiën <p>Organisatorisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lastig om zzp'ers en dagelijks bestuur zekerheid te bieden, waardoor andere werkgevers soms voorrang krijgen

4. ORGANISATIE

4.1 WERKGEVERSCHAP EN OPDRACHTGEVERSCHAP

IjsbeerINC. trekt per project extra medewerkers aan, die allemaal als zzp-er werkzaam zijn. Wij belonen de medewerkers volgens de Fair Practice Code. We werken met seizoenscontracten met acteurs en andere werknemers. Vanuit de uitkoopsommen en projectsubsidies wordt ook rekening gehouden met de kosten aan personeel in de voorbereiding en afronding van projecten. De vaste organisatie is ook werkzaam als ZZP'er.

4.2 BESTUUR

Het dagelijks bestuur van IjsbeerINC. bestaat uit:

Artistiek Leider	Milan Schleijpen
Creatief producent	Marijn Maurits

Het bestuur van de stichting IjsbeerINC. wordt gevormd door:

Voorzitter	Karen White (Jeugd- & jongeren programmeur Zwolse Theaters) (per 19 maart 2020)
Secretaris	Bart Bleijerveld (ArtEZ & Het Wilde Westen Utrecht) (per 19 maart 2020)
Penningmeester	Meeke Beumer (Staflid DAS Arts Master en Coordinator TAD - THD) (per 19 maart 2020)