



# HOOFDLIJNEN BELEIDSPLAN



musicalmakers



## INHOUDSOPGAVE

1. MusicalMakers	3
2. Missie, visie & uitgangspunten	4
3. Ontwikkelstructuur	5
4. Samenwerkingen lokaal en (inter)nationaal	6
5. Publiek	8
6. Bedrijfsvoering	10

**“SEE HOW THE WORLD COULD BE,  
IN SPITE OF THE WAY IT IS.”**  
UIT DE MUSICAL HADESTOWN

## 1. MusicalMakers

Musical is een zeer toegankelijke kunstvorm waarvan het publieksbereik in Nederland nog altijd groeit, in tegenstelling tot de publieksaantallen van de meeste andere podiumkunsten<sup>1</sup>. Deze relatief jonge kunstvorm is in staat gebleken de wereld te veroveren met titels die iedereen kent, ook buiten de sector, zoals West Side Story, Hamilton, The Phantom of the Opera, Les Misérables en The Lion King.

Musical is, naast een zeer toegankelijke, ook een uiterst complexe kunstvorm door de integratie van meerdere disciplines, waaronder in ieder geval tekst, muziek, dans, spel en vormgeving. Deze dragen allemaal bij aan het centrale narratief en/of de karakteropbouw, met muziek als aanjager van de actie. Hoe beter de constructieve samenwerking tussen de theatrale elementen, des te groter de inhoudelijke en emotionele impact<sup>2</sup>.

**“De Amerikanen hebben de musical uitgevonden. Musical is een manier waarop de Amerikanen zich uitdrukken hoe het met hen gesteld is, met het land en de wereld. Dat heb ik daar diep gevoeld en het mooie, komma is dat ze dat ook nog doen in entertainmentvorm. Maar alle goede musicals hebben allemaal iets inhoudelijks en echt iets te vertellen.”**

Ivo van Hove, Masterclass MusicalMakers, 20 januari 2024

De inhoudelijke zeggingskracht van musical die uitdrukt 'hoe het met de mensen, het land en de wereld is gesteld', ontbreekt nagenoeg in Nederland. Hier is het genre overgelaten aan de vrije markt waarvoor investeren in originele nieuwe musicals een groot risico betekent. Daarom worden er vooral kopieën van al bestaande, in het buitenland succesvol gebleken musicals geproduceerd en krijgen nieuwe makers en nieuwe verhalen weinig kansen. De druk op de vrije markt is bovendien toegenomen door de inflatie en het voorzichtiger programmeren van theaters, waardoor ruimte voor experiment en vernieuwing nagenoeg ontbreekt.

Tegelijkertijd is er, mede dankzij de potentiële zeggingskracht en het publieksbereik, bij makers uit andere sectoren, zoals theater, cabaret, circus, mime, opera en dans, interesse voor musical ontstaan. Gesubsidieerde gezelschappen willen musicals of 'bijna-musicals' maken, of een cross-over tussen musical en andere podiumkunsten. Net als afgestudeerde musical- en muziektheatermakers uiten ze behoefte aan inzicht en ervaring in de specifieke kenmerken, ontwikkelstructuren en maakprocessen van musical om de gewenste impact en het beoogde publiek te bereiken. MusicalMakers stapt in dit veld naar voren en bundelt alle krachten om nieuwe makers, verhalen en vormen in musical te ontwikkelen.

## 2. Missie, visie & uitgangspunten

### 2.a. Missie

MusicalMakers ontwikkelt kwalitatief hoogwaardige, eigentijdse, nieuwe Nederlandse musicals met de makers van nu en van morgen, voor een zo breed en divers mogelijk publiek.

### 2.b. Visie

Wij zien een toekomst voor ons waarin er voor alle Nederlanders, in het hele Koninkrijk, aanbod is van professioneel ontwikkelde, hoogwaardige musicals die de thema's van deze tijd behandelen. Musical is een geweldig platform om sociaal-maatschappelijke onderwerpen bij een breed en divers publiek, op een entertainende manier, onder de aandacht te brengen. Dankzij de constructieve rol van muziek, als onderdeel van vertelling en reflectie, raakt musical de bezoeker in hart en hoofd en vergroot ze ons empathisch vermogen. Als het genre wordt ingezet om de verhalen te vertellen die we nog te weinig horen, vanuit nieuwe perspectieven en verrassende vormen, kan musical de verbinding in de samenleving versterken en hoop voor de toekomst geven.

Deze visie op de toekomst wordt ondersteund door de **vier uitgangspunten van MusicalMakers**.

### 2.c. De uitgangspunten

#### 1. Kraamkamer voor nieuwe musicals

MusicalMakers wil er zijn voor alle plannen, op eigen initiatief of van makers van buiten, van originele Nederlandse musicals of conceptuele, hedendaagse hertalingen van musicalrepertoire. We bieden de rust en ruimte voor ontwikkeling, workshops en begeleiding: de makers worden daarbij artistiek-inhoudelijk, productioneel en zakelijk ondersteund. Makers en verhalen selecteren we op basis van korte pitches over hun muzikaal-narratieve ideeën. We besteden specifiek aandacht aan persoonlijke, nog niet vertelde verhalen en aan mensen wiens stem nog niet genoeg gehoord wordt. We beseffen daarbij dat de ongehoorde stem van vandaag een andere is dan die van morgen, dus dat we goed moeten blijven luisteren. We letten daarbij, naast inclusie, op urgentie en actualiteit; de relatie tussen muziek en inhoud; conceptuele, vernieuwende maakkracht en vakinhoudelijke kennis; en de bereidheid om zich te laten coachen en om met publiek in gesprek te gaan. En we vragen ons bij aanvang al af of de musical zal resoneren bij een breed publiek.

#### 2. Talent- en kennishub

MusicalMakers is er voor de hele sector; iedereen die bij ons aanklopt, wordt gehoord en krijgt passend advies. Aanstormend talent krijgt de ruimte om zich te ontwikkelen in stages en traineeships; ook is er aanbod voor vakopleidingen. Ervaren makers, ook uit andere sectoren, kunnen via uitwisseling en cross-over hun eigen werkpraktijk verbreden. Voor iedereen zijn er kennisprogramma's in de vorm van Masterclasses van binnen- en buitenlandse professionals, Musical Talks, Writer's Rooms en een maandelijks Creatief spreekuur.

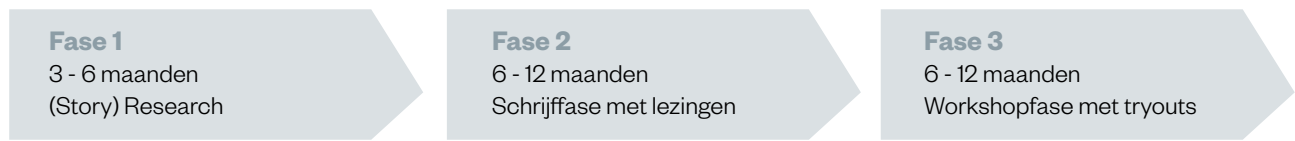
#### 3. Een afspiegeling van de samenleving

We willen dat onze voorstellingen de mensen representeren die ze beschrijven en voor deze mensen toegankelijk zijn. Daarom wordt elk musicalplan inhoudelijk ondersteund door story research in de samenleving en door publiekswerkers met wortels in de doelgroepen. Projecten toetsen we aan onze inclusieve klankbordgroepen van jongeren (Club Future) en van volwassenen (Club Untold Stories). Jonger, nieuw en diverser publiek werven we voor (nieuwe) musicals door meer digitaal en prikkelarm aanbod en door hoogwaardige musical toolkits voor groep 8 en de middelbare school aan te bieden. Bij het samenstellen en aanspreken van het team van MusicalMakers, de makers en het publiek, evenals bij het ontwikkelen van verhalen, houden we rekening met alle vormen van opleiding, gender, etniciteit, leeftijd, seksuele oriëntatie, functiebeperking, politieke of religieuze overtuiging. Omdat een gezonde samenleving een diverse samenleving is, die zich steeds blijft vernieuwen.

#### 4. Bruggenbouwer tussen de gesubsidieerde en vrije sector met een incubatorfunctie

Op basis van buitenlandse best practices zoals uit New York en Londen, gebruikt MusicalMakers de dynamieken en kansen van zowel de vrije als de gesubsidieerde sector. Het team heeft ervaring in beide sectoren en kan daardoor deuren openen en kennis combineren. Het produceren van de voorstellingen laten we over aan, of doen we in samenwerking met onze partners in de sector, verspreid over het hele land, waardoor we onze gezamenlijk kracht maximaal benutten. Concrete uitingsvormen daarvan zijn het coproduceren met producenten uit beide sectoren en de nieuwe Muziektheaterprijs die we met het Nederlands Theater Festival ontwikkelen.

# 3. Ontwikkelstructuur



## Fase 1: Story research en concept

Als een idee in ontwikkeling genomen wordt, volgt uitgebreide research van inhoud, dramaturgie, muziek en context. Vanuit die kennis worden gesprekken georganiseerd met een zo breed mogelijk palet van mensen en partners, in het land en regionaal waar de thematiek aan refereert. Aan elk project wordt een story researcher gekoppeld; een nieuwsgierige, inhoudelijk-gedreven journalist of dramaturg die de maker helpt om blinde vlekken zichtbaar te maken en de juiste, inhoudelijke zoektocht uit te zetten. Deze unieke aanpak verdiept thema's, karakters en plot en creëert een eerste bestand van (nieuwe, diverse) toeschouwers en betrokken partners (de 'ambassadeurs'). Deze fase mondt uit in een interne researchpresentatie. Deze bestaat uit een samenvatting van de bureauresearch en gesprekken, een synopsis en karakteromschrijvingen en een muzikaal moodboard met eerste muzikale schetsen.

## Fase 2: Schrijven en componeren

Bij groen licht volgt hierop de ontwikkeling van de treatment en een volledige, eerste scriptversie inclusief songs, waarbij schrijver, librettist en componist intensief samenwerken. Gedurende deze fase wordt het script meerdere keren intern gelezen, gezongen en herschreven op basis van reflecties hierop. Er volgt een presentatie in de vorm van drie theatrale lezingen, waarvan een in Amsterdam en twee in het land, en een interactief nagesprek met het publiek. Ook de mensen met wie tijdens de research is gesproken, worden hierbij betrokken. De lezingen worden tot podcasts bewerkt, waardoor een nieuw en jonger publiek laagdrempelig bereikt kan worden vanaf de eerste ontwikkelfases van een nieuwe musical.

## Fase 3: Workshop met try-outs

In de workshopfase worden script en muziek, aangevuld met spel, arrangementen, choreografie, scenografie en kostuumontwerp, voor het eerst met de performers op de vloer gerepeteerd. In een aantal weken wordt het hele verhaal geënceneerd in een rauwe, kleinschalige vorm, om een indruk te krijgen hoe de theatrale onderdelen bij elkaar passen. Zo wordt er getest of tekst, muziek, regie en choreografie hetzelfde narratief ondersteunen en hoe de vormgeving hieraan kan bijdragen. Na een korte montage volgt een drietal try-outs voor publiek verspreid over het land, wederom ingebed in toegankelijke en interactieve nagesprekken met het publiek, waaronder ook de ambassadeurs.

## De dynamiek van de ontwikkeling van nieuwe musical

Zoals in elke sector is de ontwikkeling van nieuw werk een grillig, dynamisch proces, zeker als er jong/beginnend talent bij betrokken is. Door de complexiteit van de kunstvorm is dit bij musical des te uitdagender. Steeds houden we daarom de vinger aan de pols of we de ontwikkeling moeten doorzetten: makers kunnen ontdekken dat ze elkaars maakkracht en/of -praktijk niet versterken of het onderwerp wordt door de tijd ingehaald. Jarenlange ervaring van de directie van MusicalMakers en het creatieve kernteam bij het produceren van musicals en andere grote (muziek)theaterproducties, ook in het buitenland, heeft geleerd dat een groot aantal nieuwe producties gecreëerd moet worden voor een klein aantal succesvolle werken. Vandaar dat we de instroom breed houden en dat niet elk verhaal uit de researchfase ook de workshopfase bereikt. Per jaar hebben we ongeveer zestien nieuwe producties die zich in een van de ontwikkelfases bevinden: gemiddeld zeven in researchfase, zes in de schrijffase, waarvan drie tot vier doorstromen naar de workshopfase. Jaarlijks maken gemiddeld twee producties de groei door naar volwaardige musical. Een ontwikkeltraject duurt minimaal twee à drie jaar.

## 4. Samenwerkingen lokaal en (inter)nationaal

### 4.a. Duurzame samenwerkingen

“Een innovatief musicallandschap zou je kunnen visualiseren als de Ponte Vecchio in Florence (met zijn verschillende pijlers en vele winkels als je er overheen wandelt), in plaats van de Nesciobrug (met een lange lege weg tussen de twee steunpilaren). Misschien is wat we op dit moment hebben, in het geval van musical in Nederland, een prachtige Erasmusbrug die slechts één belangrijk steunpunt heeft: de commerciële producenten.”

Millie Taylor, NTF Pro Talk tijdens het NTF 2023

Duurzame ontwikkeling van het musicalgenre is alleen mogelijk als producenten en makers uit de hele sector samenwerken en er synergie is tussen vrije en gesubsidieerde sector, cultureel en maatschappelijk, beginnend en meer ervaren, regionaal en (inter)nationaal. Buitenlandse voorbeelden laten zien dat dit soort brede samenwerkingen en cross-overs tot de meest vruchtbare resultaten leiden en een voedingsbodemp leggen voor de toekomst. Per activiteit zoeken we naar de meest geschikte partners. De behoefte uit het veld aan samenwerking blijkt groot; veel gezelschappen en producenten weten ons inmiddels te vinden en vele partnerschappen zijn al opgezet.

### 4.b. Partners bij nieuwe producties

#### Producenten

Vanaf de ontwikkelfase worden producenten betrokken; met het afsluiten van de workshopfase vindt de overdracht naar de producent plaats die dan de trekkersrol overneemt voor het produceren en programmeren van de productie. Ook de rechten worden overgedragen, met een kick-back naar MusicalMakers. Samen wordt een landelijke programmering in kleine, midden- of grotere zalen opgezet. MusicalMakers blijft wel betrokken als sparringpartner en op artistiek vlak. In een enkel geval, als de productionele omstandigheden erom vragen, bijvoorbeeld omdat het produceren zelf onderdeel is van experiment of onderzoek of een producent in een laat stadium afhaakt, pakt MusicalMakers de verantwoordelijkheid om een musical volledig zelf te produceren. Door die constructie zijn we in staat een grote hoeveelheid ontwikkelprocessen in gang te zetten.

#### Taakverdeling ontwikkelfase

Een aantal producenten heeft zich verbonden aan een meerjarige samenwerking en een reeks aan coproducties. We zijn heel blij met de terugkeer van Chafina Bendahman van ROSE stories als vaste partner. **ROSE stories** is sinds haar oprichting tien jaar geleden voorvechter van een diversere samenleving en maakt zich sterk om verhalen en makers met andere culturele achtergronden een podium te geven. Ook gaan we meerjarige artistieke samenwerkingen aan met diverse gesubsidieerde gezelschappen en vrije producenten. Zoals **NITE** in Groningen. Onder het bevlogen artistiek leiderschap van Guy Weizman heeft dit gezelschap zich ontwikkeld tot dé plek voor interdisciplinaire voorstellingen in Nederland. Met de kleine organisatie **OpusOne** gaat MusicalMakers een meerjarige samenwerking aan: de werkwijzen van de organisaties zijn ook recentelijk weer complementair gebleken. De basisvoorwaarden voor ontwikkeling worden bij MusicalMakers geborgd, terwijl de productionele kracht van OpusOne tot zijn recht komt bij de weg van een productie naar het theater. **Jakop Ahlbom Company** is een theatergezelschap dat magisch-fysieke voorstellingen maakt met een groot aandeel muziek. Ze spreken enorm tot de verbeelding en hebben een grote toegankelijkheid en fanbase. Met hen ontwikkelen we de komende periode twee musicals. Daarnaast werken we met een aantal partners in de regio Amsterdam zoals **ITA**, **Stichting De Wildernis (Wende)**, het **Amsterdamse Bostheater**, de **Theateralliantie**, het **Nederlands Theater Festival**, **Via Rudolphi**, **Fred Boot Producties BV** en **Bos Theaterproducties**. Qua geografische spreiding werken we met een aantal partners in verschillende provincies, zoals **Stichting Nanoek** en **O. Festival** in Rotterdam, **Jonge Harten Festival** in Groningen, **Senf Theaterproducties** in Delft, **Amphion Theater** en **Vaye MusicalTheater** in Doetinchem, **Stichting Het Pauperparadijs** in Amersfoort en **Theater Utrecht**.

## Theaters

Voor presentatiemomenten werken we samen met een nieuw netwerk van podia van (kleinere) vlakkevloertheaters in het land in een Theaterverbond. Bij succes stroomt een nieuwe musical vanuit de kleine zaal door naar een groter speeldocircuit, in samenwerking met (vrije) producenten en hun netwerk.

Aangesloten theaters zijn op dit moment partners die hun enthousiasme voor dit initiatief delen. Dit bestand wordt de komende jaren uitgebreid. Het gaat nu om theaters verspreid over het hele land zoals de **Meervaart** in Amsterdam Nieuw-West, **De Landing** in Amstelveen, **Wesopa** in Weesp, **Stadsschouwburg Utrecht**, **Zwolse theaters**, **De Harmonie** in Leeuwarden, **Theater Orpheus** in Apeldoorn, **Theater aan de Parade** in Den Bosch, **Parkstad Limburg Theaters** en **Luxor Theater** in Rotterdam.

**“Wat wij volgens mij missen is een soort off-Broadway circuit. Wij hebben hele gróte zalen en wat kleinere zalen, en in die grote zalen staan die grote musicals en die moeten ook gelijk groot vanwege al die kosten. Maar ik zou zo graag nieuwe makers de kans willen geven en daar een circuit voor opzetten. Zodat er, zonder dat de recensenten al gelijk voorbijkomen, straks een nieuwe generatie makers is, en we tegelijkertijd aan publieksonwikkeling doen.”**

Mirjam Barendregt, directeur Theater Orpheus

## 4.c. Partners bij talentontwikkeling, kennisprogramma's en educatie

Rond presentaties van try-outs, lezingen en kennisprogramma's zoals Masterclasses en Writer's Rooms biedt Festival O. ondersteuning in de vorm van inhoudelijke feedback, presentatieplekken en marketing. Educatieve projecten ontwikkelen we altijd in samenwerking; bij de groep 8-musical Toolkit met ervaren partner ITA, bij de middelbare musicals met Poldertheater en scholen in Weesp. Met betrekking tot de activiteiten met de opleidingen zijn we in gesprek met lokale opleidingen in Amsterdam zoals de **AHK**, **Frank Sanders Akademie** en **Lucia Marthas Institute for Performing Arts** en landelijk met **ArtEZ** in Arnhem, **Codarts** in Rotterdam, **Fontys** in Tilburg, **HKU** in Utrecht, **Rijksuniversiteit Groningen** en **Erasmushogeschool** in Brussel.



## 5. Publiek

Het publiekspotentieel voor musical willen we nog beter benutten in de toekomst door de keuzes die we maken qua inhoud en vorm. Zo kunnen we ook jongeren, een meer diverse doelgroep en publiek buiten de Randstad aanspreken, want dit publiek komt nu nog niet vanzelf naar het theater. Wat onze doelgroepen betreft, onderscheiden we daarom huidig publiek en nieuw publiek. Om deze doelgroepen te bereiken spelen we in de uiteenlopende stedelijke cultuurregio's om zo de geografische spreiding te borgen.

Naast de meer traditionele marketing en pr, nemen we een actieve rol op ons om mensen te bereiken die niet vanzelf hun weg naar het theater vinden. Het gaat dan nadrukkelijk om mensen buiten de Randstad en mensen met een migratieachtergrond. Dankzij onze lokale en (inter)nationale partners (zie ook hierboven), de story researchers (zie ook Fase 1 Story research) en publiekswerkers vinden we (beoogd) publiek vanuit de inhoud al vanaf het begin van het ontwikkelproces.

**Partners** zijn coproductanten, theaters en andere culturele en maatschappelijke instellingen, lokaal, regionaal en in de rest van het Koninkrijk (zie hierboven). De **story researchers** organiseren gesprekken met mensen in het land die zich herkennen in de thematiek van het verhaal en die vervolgens als ambassadeurs betrokken kunnen blijven. We zijn in gesprek met meerdere **publiekswerkers** en een Agency speciaal gericht op jongeren en migratiegroepen. Het gaat om sociaal ingestelde professionals met een netwerk in de samenleving die weten wat de doelgroep bezighoudt en op welke manier je ze kunt interesseren voor theater. Bijvoorbeeld door ze te vragen naar wat theater voor hen betekent of zou kunnen betekenen, bijeenkomsten rond het onderwerp te organiseren of livechats op te zetten tussen iemand uit het makersteam en iemand uit de community. Voor dit doeleind nemen we een gespecialiseerd marketingbureau in de arm met wortels in diverse gemeenschappen en ervaring in het werven van nieuwe doelgroepen (jong en divers). Uit onze eerste gesprekken kwam naar voren dat het belangrijk is dat het wekken van interesse voor theater centraal staat en dat het bezoeken van de voorstelling daar in tweede instantie uit voortvloeit.

Per productie werken onze story researchers en publiekswerkers hand in hand met culturele en maatschappelijke partners. Deze contacten verankeren we in het (communicatie)proces.

Daarnaast toetst MusicalMakers haar projecten aan een klankbordgroep van jongeren, de **Club Future**, die nu al met ons samenkomt en die we meenemen naar voorstellingen. Ook zijn we een klankbordgroep van volwassenen met een migratieachtergrond, de **Club Untold Stories**, aan het opzetten met de hulp van lokale partners. In de Club Future, onze 'raad voor de toekomst', zetelt een zeer diverse verzameling jonge musicalliefhebbers (15-25 jaar). Hiervoor scouten we in samenwerking met middelbare scholen, creatieve vakopleidingen, cursuscentra en andere creatieve hubs. Zij zijn - als trendsetters - kritische sparringpartners voor de activiteiten van MusicalMakers en geven advies over nieuwe muziek, verhalen of kanalen die onze musicals en het publiek kunnen verbreden en vernieuwen. De Club Untold Stories begint bij de 'Vrouwen van Weesp', een lokale stichting die de zelfredzaamheid en integratie van vrouwen bevordert. In meerdere steden in het land leggen we dergelijke lokale contacten met plaatselijke partners. Het gaat om hele laagdrempelige kennismaking, die begint met delen en luisteren. Als het contact eenmaal is gelegd, vragen we om hun wensen en kunnen we onze plannen voorleggen.

Publiek van morgen bereiken we ook met de **Toolkit voor groep 8, middelbare school musicals** en **aanbod voor vakopleidingen** evenals met onze **digitale projecten**.



## Digitalisering

Onze voorstellingen en activiteiten willen we nog beter ontsluiten via nieuwe, digitale vormen van vertellen. Eigen onderzoek uit oktober 2023 laat zien dat er in Nederland weinig podcasts over musicals zijn; een gat in de markt waar we graag op inspringen, zeker ook om een jonger publiek te bereiken. We zijn eind 2023 begonnen met het vastleggen van de eerste podcasts. De afleveringen worden in 2024 via een mediatheek op onze site voor iedereen toegankelijk. Daarnaast zetten we de podcasts ook op streamingsplatformen als Spotify, Apple Podcasts en Google Podcasts, zodat het gesprek over musical een breder publiek bereikt en een nieuwe doelgroep betreft. Ook hebben we twee podcastmusicals in ontwikkeling. Internationaal zijn hier diverse vormen voor aan het ontstaan (onder andere van Lin-Manuel Miranda) die ons hierbij tot voorbeeld dienen en inspireren. Door de digitalisering van deze activiteiten zijn podcasts direct toegankelijk voor scholen en jeugd in de vrije tijd in heel Nederland, evenals voor mensen die om wat voor reden dan ook niet naar het theater willen of kunnen.

## Toegankelijkheid

Zo'n 6 miljoen Nederlanders heeft hersenletsel, Long COVID of andere aandoeningen, voor wie het huidige theater zowel op de route naar de theaterstoel als ook in het aanbod niet altijd aansluit. Samen met stichting Onbeperkt Genieten en dramaturg Annemiek Lely ontwikkelen we een prikkelarme route naar een aantal van onze voorstellingen. Ook organiseren we een masterclass over prikkelarm aanbod, waarbij makers in gesprek kunnen gaan met ambassadeurs uit de doelgroep om toegankelijk aanbod te stimuleren. Denk bijvoorbeeld aan prikkelarme communicatie-uitingen en kanalen bij het promoten van een prikkelarme voorstelling of ander taalgebruik. Ook bewerken we onze kennisprogrammas tot audio of visuele podcasts zo dat bezoekers die niet fysiek aanwezig kunnen zijn toch bereikt worden.

## 6. Bedrijfsvoering

### 6.a. Directie en team

De huidige leiding van MusicalMakers bestaat uit een eenkoppig bestuur met uitgebreide artistieke en zakelijke ervaring in de musicalsector en een groot talent voor de ontwikkeling van musicalproducties, ondersteund door ervaren professionals met een groot netwerk. Het team bestaat uit ervaren creatief producenten, dramaturgen en zakelijke krachten.

De organisatie van MusicalMakers bestaat op dit moment uit 6,6 fte, verdeeld over een team van teamleden (exclusief de story researchers). Dit zijn zowel zzp'ers als medewerkers in dienstverband, met verschillende expertise, leeftijden en (culturele en neurodiverse) achtergronden. Het team bestaat uit 5 leden met een cultureel diverse achtergrond. Ook qua gender en leeftijd is het een divers team. Er zijn 3 traineeplekken, 1 juniorfunctie en een 1 stageplek, naast de meer ervaren krachten. De diversiteit die MusicalMakers in het team nastreeft, past bij die van de makers, producenten en gezelschappen met wie we werken.

### 6.b. Financiën

Nieuw repertoire ontwikkelen we in drie fases, waarbij de kosten van de eerste, risicovolle researchfases geheel bij MusicalMakers liggen. Zodra het artistieke fundament voor een nieuwe musical voldoende vorm heeft gekregen en naar de schrijffase gaat, wordt er een producent voor het project gezocht en worden vanaf deze fase de ontwikkelkosten gedeeld tussen producent en MusicalMakers. Zo ontstaat er een gedeelde verantwoordelijkheid en gebruiken we de ruime expertise van producenten. Zij dragen zorg voor de financiering van de productiefase en de programmering in het land en voor de afdracht van rechten aan de makers en een kickback-royalty aan MusicalMakers. Zo kan MusicalMakers de ontwikkelhub zijn, die die noodzakelijk is om nieuw repertoire, nieuw talent en nieuw publiek te ontwikkelen.



### Financieringsmix

Er is een passende financieringsmix met verschillende bronnen van inkomsten, zodat risico's worden gespreid. We zoeken vanaf 2024 een nieuwe financieringsmix waarin subsidies, bijdragen van fondsen en particulieren en in de toekomst steeds grotere publieksinkomsten op een toekomstbestendige manier de ontwikkeling van de makers en musical in Nederland ondersteunen. Zo willen we een grotere onafhankelijkheid en draagvlak voor de hernieuwde instelling borgen. In 2023 is hiervoor een goede basis gelegd om vanaf 2024 nieuwe fondsen aan ons te binden. Daarnaast zijn we een vrienden- en sponsorennetwerk aan het opbouwen en hebben we coproductieafspraken met een groot aantal partners.

De publieksinkomsten zullen de komende jaren stijgen door de uitstroom van producties naar de kleine, midden- en grote zalen. Hierbij zal er een kickback-constructie van toepassing zijn, zodat het succes van een ontwikkelde voorstelling financieel bijdraagt aan het mogelijk maken van het ontwikkelen van nieuw repertoire. De publieksinkomsten zijn begroot op basis van inkomsten uit de presentaties tijdens de ontwikkeling (lezingen en workshops in de kleine zalen) en op basis van een kickback-royalty die de coproductanten afdragen aan MusicalMakers vanuit de tourende, volwaardige productie. Per jaar wordt de uitstroom groter en stijgen de publieksinkomsten. In de publieksinkomsten houden we tevens rekening met groeiende inkomsten uit de verhuur van de studio.

**“Musical is voor mij nog steeds de mooiste kunstvorm die er is, omdat het een hele directe, theatrale taal spreekt en daardoor recht in het hart raakt. Het grote publiek dat hierdoor bereikt wordt, bestaat veelal uit niet-hoogopgeleide bezoekers die nauwelijks naar andere voorstellingen gaan, op zoek naar een uitweg uit het huidige felle, dagelijks leven. Musical is een manier om hen met inhoudelijk entertainment te bereiken en echt iets te vertellen, over hoe het met ons en de wereld gesteld is. Dan ontstaat er verbinding in het verlangen naar oplossingen voor onze huidige wereld.”**

Ulrike Bürger-Brujjs, januari 2024