



Verkoop van een voorstelling

- [De verkoop van een voorstelling: zelf doen of uitbesteden?](#)
- [Gang van zaken](#)
- [Contractvormen](#)
- [Het vinden van een impresariaat](#)
- [Meer informatie](#)

De verkoop van een voorstelling: zelf doen of uitbesteden?

Voordat een voorstelling te zien is, moet deze eerst aan de theaters worden verkocht. Dit wordt gedaan door de zakelijk leider van een gezelschap, een impresariaat of een theaterbureau. Meestal wordt ervoor gekozen om een voorstelling te laten verkopen door een impresariaat. Verkoop door een zakelijk leider komt juist vaker voor bij grote gezelschappen en orkesten die meerdere producties per jaar uitbrengen. Het voordeel van 'zelf doen' is dat je de tourneeplanning in eigen hand hebt, alle aandacht bij de verkoop op de eigen productie(s) gericht is en er geen impresariaatskosten verschuldigd zijn.

De investering die het vergt om een netwerk op te bouwen moet niet onderschat worden: een goed impresariaat heeft intensief en persoonlijk contact met de afnemers. Bovendien kan een impresariaat door specialisatie in een bepaalde discipline, deskundigheid en daarmee vertrouwen opbouwen ('als zij moderne dans aanbieden, zal het wel goed zijn'). Theaters nemen financieel en artistiek steeds minder risico: vertrouwen is daarom extra belangrijk. Ook kan een impresariaat voorstellingen aanbieden in pakketten, waardoor minder bekende gezelschappen mee kunnen liften op het succes van gewilde producties.

Als klein gezelschap kun je profijt hebben van een impresariaat die je voorstelling verkoopt. Echter, impresariaten nemen meestal geen kleine beginnende gezelschappen op. De verkoop van een onbekend gezelschap kost veel tijd, zowel voor het impresariaat die het aan het theater wil verkopen, als voor het theater om het aan het publiek te verkopen. Je kunt ook investeren in een zakelijk leider. Het persoonlijke contact met programmeurs is voor kleine gezelschappen belangrijk. Als programmeurs je kennen, scheelt dat al de helft.

Gang van zaken

Het verkopen van een productie gaat vrijwel altijd volgens de volgende stappen:

1. Schriftelijk (per mail) informeren van de speelplaatsen over het aanbod, bijvoorbeeld middels een verkoopbrochure.
2. Sommige impresariaten organiseren presentatiedagen voor programmeurs waar de producties (vooral jeugdtheater) te zien en te horen zijn. Dit gebeurt meestal in januari.
3. Telefonisch contact met de programmeurs en/of 'huisbezoek' waarbij de mogelijkheden worden doorgesproken; evt. bezoekt een programmeur nog een voorstelling. Schouwburgen beginnen vaak al eind augustus met het programmeren voor het nieuwe seizoen. Vlakke vloertheaters meestal iets later. De start van de boekingsperiode verschilt per locatie, maar meestal vóór half oktober. Leg de speeldata vast en bevestig direct per mail.
4. In januari/februari zijn de onderhandelingen over uitkoopsom of andere financiële afspraken. Stuur daarna, half maart, de optiebevestigingen.
5. Sluiten van het contract, evt. na ondertekening van een eerder verstuurd optiebevestiging, gebeurt meestal voor de zomer. Stuur met deze contracten op papier ook de bijbehorende technische lijst mee. Je kunt ook de bestellijsten voor publiciteitsmateriaal bijvoegen.

Rond maart wordt er door de producenten tekst en beeldmateriaal bij de theaters aangeleverd die zij kunnen gebruiken voor hun seizoensbrochure. Rond eind maart willen de theaters de



programmering dan ook rond hebben. Deze theaters verkopen vaak al in de zomer abonnementen voor voorstellingen die gespreid over het hele seizoen te zien zijn. Kleinere theaters beginnen doorgaans niet zo vroeg met de kaartverkoop waardoor de brochure minder belangrijk is en de programmering langer door kan lopen. Dit geldt ook voor schoolvoorstellingen.

Contractvormen

Er zijn verschillende contractvormen mogelijk om de financiële afspraken vast te leggen:

- Uitkoopsum: Het theater betaalt een vast bedrag per voorstelling aan het gezelschap; dit komt steeds minder vaak voor.
- Partageregeling: Er wordt een overeenkomst gesloten over de verdeling van de publieksinkomsten, ook wel 'recette' genoemd. Bijvoorbeeld 80% van de inkomsten zijn voor het gezelschap en 20% voor het theater.
- Garantiesom: De basis is een partageregeling, maar het theater garandeert het gezelschap een bepaald bedrag te betalen (garantie) als het recettedeel van de groep onder dat bedrag blijft.
- Verhuur: Als een theater de voorstelling niet wil programmeren kan een gezelschap de zaal wel huren. Zij ontvangen dan zelf de volledige recette.

Sommige theaters bieden de mogelijkheid om een voorstelling gedurende een bepaald aantal dagen in de theaterzaal 'af te monteren' in ruil voor de opbrengst van een of meerdere try-outs.

Na de speelbeurt of -periode ontvang je van ieder theater een borderel. Dat is een rekening waarop een overzicht staat van alle acties; denk hierbij aan het aantal verkochte kaarten, bruto, netto, theatertoeslag en de bezettingsgraad.

Het vinden van een impresariaat

Impresariaten en theaterbureaus zijn kieskeurig in wie ze verkopen. Een impresariaat beoordeelt niet één optreden of één voorstelling. Zij kijken ook naar de potentie van een gezelschap: artistiek en financieel. Zij vragen zich af welk podium het gezelschap of de voorstelling zou willen programmeren.

Een impresariaat wil, naast kwalitatief goede producties, vooral voorstellingen aanbieden die in hun eigen aanbod passen en onderling niet concurreren. Kijk vooraf dus eens naar de voorstellingen die een bureau in zijn aanbod heeft, en of jouw voorstelling daarbij zou passen. Nodig de impresariaten waarbij dat het geval is uit voor een voorstelling en vraag of je eens een gesprek kunt hebben. Misschien lukt dit niet meteen, maar laat je niet te snel ontmoedigen en blijf de mensen uitnodigen, misschien zijn ze een jaar later wél geïnteresseerd!

Mocht een impresariaat toehappen, houd dan rekening met de termijnen voor verkoop. De meeste impresariaten stellen hun aanbod met voorstellingsinformatie voor het seizoen daarna al tussen augustus en oktober samen en zullen snel daarna al beginnen met de verkoop.

Meer informatie

Op BeroepKunstenaar.nl vind je meer informatie over impresariaten, tussenpersonen, podia en festivals.