



## Een dansproductie maken op je eigen dansschool

- [Artistiek plan](#)
- [Theatrale middelen](#)
- [Dansers en repetities](#)
- [Première en tournee](#)
- [Organisatie](#)
- [Geld](#)
- [Publiciteit](#)
- [Meer informatie](#)

*Deze tekst is een samenvatting van de brochure Danser en eigen bedrijf van het LCA*

Als docent of schooleigenaar wil je graag laten zien wat er binnen de lessen gebeurt en wat de cursisten ervan opsteken. Regelmatig een voorstelling maken vormt bovendien een extra ingrediënt in de lessen wat het spannend maakt. Zo'n dansproductie kun je maken met cursisten uit één les, met dansers van een bestaande dansgroep of op ad-hocbasis.

De organisator is eindverantwoordelijk voor zowel de zakelijke als de artistieke kant. Dat wil niet zeggen dat je alles zelf moet doen. Delegeren is heel belangrijk. Afhankelijk van je eigen sterke kanten zul je of de artistieke kant meer delegeren, aan een choreograaf bijvoorbeeld, of de zakelijke kant, aan een (tijdelijke) productieleider. Je moet daarvoor altijd met meerdere mensen samenwerken: publiciteits-medewerker, decor- en kostuummakers, het licht, geluid, grime, catering, eventueel vervoer en de kassa. Soms zijn dat betaalde mensen, vaak ook vrijwilligers, bijvoorbeeld familie van cursisten. Hieronder volgen de onderwerpen die van belang zijn bij het maken van een dansproductie.

### Artistiek plan

Voor een artistiek plan kun je een choreograaf inhuren. Met een choreograaf sluit je een overeenkomst over de lengte van de choreografie, repetitiedata, eigendomsrecht en de financiële vergoeding. Als eerste maak je een artistiek plan waarin je zo concreet mogelijk je dansstuk beschrijft. Daarvoor stel je jezelf vragen als:

- Wat is de doelstelling (leerlingen laten zien, materiaal vormgeven, ..)
- Wie hebben invloed op de voorstelling en in welke mate (choreograaf, dansers, docenten, organisator)
- Wat is het thema van de voorstelling, welke sfeer en/of emotie krijgt het, welke (dans)stijl?
- Waarin onderscheidt het zich van eerdere producties van je zelf en van anderen?
- Hoeveel dansers doen mee, welke eisen stel je aan techniek, ervaring, leeftijd, persoonlijkheid, muzikaliteit, improvisatievermogen, enzovoort?
- Hoe lang wordt het stuk?
- Wat is de werkwijze van de choreograaf?
- Hoe vaak en hoe lang wordt gerepeteerd?
- Welke keuzes worden gemaakt voor licht, geluid, muziek, kostuums, decor/ Wie gaan het uitvoeren?
- Voor wie is de voorstelling bedoeld (doelgroepen!)?
- Waar wordt de voorstelling gedanst? Wat zijn de mogelijkheden en beperkingen van de ruimte(s)?

### Theatrale middelen

Geluid, licht, kostuums, grime, decor, het zijn allemaal middelen om de zeggingskracht van de choreografie te vergroten, door de dans te ondersteunen of als uitgangspunt te dienen. Samen met de dans vormen de theatrale middelen één geheel.

Vaak wordt in een voorstelling gebruik gemaakt van verschillende muziekstukken voor het *geluid*.



Deze kunnen het beste op zo'n manier achter elkaar gemonteerd worden, dat je ze nog kunt inkorten en van plaats veranderen als dat nodig is. Test altijd de apparatuur en het geluid van tevoren en maak goede afspraken met de geluidstechnicus.

*Licht* maakt de beweging zichtbaar. Met name zijlicht laat de dynamiek en de richting zien. Kleuren geven sfeer, verschillende soorten lampen verdoezelen of benadrukken bepaalde plekken of bewegingen. Decor en kostuums zijn van invloed op het lichtplan. De lichttechnicus past het plan aan op de zaal.

*Kostuums* kun je laten maken, kopen (nieuw of in tweedehandswinkels) of via ruil met andere groepen. De stof moet niet te snel kreuken, ademen, goed meegeven met de beweging en makkelijk wasbaar zijn. Katoen- of synthetische lycra of tricotkatoen zijn prettige stoffen. De vorm en kleur worden afgestemd op de lichaamsdelen die je wilt benadrukken of verhullen, de huidskleur en het licht en decor.

Uitgangspunt voor het *grimeren* is dat het publiek het gezicht van de dansers goed kan zien. Meestal wordt daarvoor basismake-up gebruikt uit de schminkdoos. Hierin zitten verschillende kleuren, poeder, ogenpotloden, lippenstiften en lippenpotloden, en penselen, een poederkwast, wattenbollen en -stokjes.

Het *decor* gebruik je om de ruimte waarin je danst aan te kleden. Dat kan met doeken (geschilderd of via dia- of filmprojectie) of achterwanden en decorstukken. Een decor moet praktisch zijn, stevig wat betreft veiligheid en stabiliteit en makkelijk afbreekbaar en vervoerbaar. Van tevoren kijk je naar de maten van het theater.

## Dansers en repetities

Het maakt een groot verschil of je de dansers al kent of niet. Organiseer je een auditie of kennismakingsworkshop? Van tevoren bedenk je aan welke eisen de dansers moeten voldoen (zie *artistiek plan*).

Tijdens de repetities moeten de dansers zich bewust worden van wat de choreograaf wil overbrengen. Dat vraagt vaak veel toelichting. Zo ook de werkwijze, bijvoorbeeld materiaal verzamelen d.m.v. improvisatie. Als er ruimte is voor eigen inbreng van de dansers, krijgen de bewegingen een innerlijke impuls mee die de overtuigingskracht ten goede komt. Tijdens de generale repetitie komt alles samen, alleen nog zonder publiek: dans, licht, geluid, decor, kostuums en grime. Als er meerdere voorstellingen worden gegeven, kan het nuttig zijn om een try-out te houden om de reacties van het publiek te testen.

## Première en tournee

Relaties, familie, vrienden en de pers zijn meestal de belangrijkste gastengroepen bij de première. Deze worden meestal vier tot zes weken van tevoren uitgenodigd. Het is handig om van tevoren te weten hoeveel mensen er komen voor de catering, consumptiebonnen voor genodigden en informatiemappen voor de pers. Iedereen die aan de productie meewerkt krijgt een bedankje na afloop en/of een bloemetje.

Als er een tournee is gepland, maak je een tourschema. Daarin staat wanneer waar gespeeld wordt, welke afspraken gemaakt zijn met de theaters en wie wat moet doen. Iedereen krijgt dat van tevoren uitgedeeld.

## Organisatie

Het maken van een productie vereist veel organisatie: er moet veel gebeuren door veel mensen in niet al te lange tijd. Dat wordt al snel onoverzichtelijk. Daarom maak je een productieplan, actielijsten en een draaiboek. In het productieplan komen het artistiek plan en het zakelijk (financieel en PR-) plan bij elkaar. Er staat in wat de voorstelling behelst, wat de planning is, wie de



medewerkers zijn, wie welke taken heeft, wat de verschillende deadlines zijn, wat de budgetten zijn en bevat een lijst van namen, adressen, telefoonnummers en emailadressen.

Vanuit het productieplan maak je *actielijsten* voor de verschillende medewerkers. Hierin staat wat ze moeten doen, wanneer het klaar moet zijn en met wie ze waar moeten overleggen of iets laten zien (bijvoorbeeld kostuumontwerpen). Iedereen krijgt zo'n lijst.

Voor de meest hectische dagen, de generale, try-out, première en voorstellingsdagen, maak je een *draaiboek*. Hierin staat per dag, liefst per uur, beschreven wie wat moet doen op welke plek.

## Geld

Een productie maken kost geld. Meestal meer dan je hebt aan het begin. Vaak steken mensen er eigen tijd en geld in. Ook kan het werken met vrijwilligers geld besparen.

Maak van tevoren een begroting van de kosten. Belangrijke posten op de begroting zijn Honoraria (choreograaf, decor/kostuum/lichtontwerpers)reis- en verblijfkosten (séjour), vervoerkosten (bij tournee), huur accommodatie en apparatuur, materialen (decor, muziek, kostuums), promotie/publiciteit (foto's, advertenties, affiches, folders, programmaboekjes, verzendkosten)

Voor de begroting maak je ook een schatting van de inkomsten uit verkoop van kaartjes en materialen of giften van donateurs. Bedenk wat je bijvoorbeeld via sponsors kan werven die gratis faciliteiten bieden in ruil voor een tegenprestatie: gratis kaartjes en/of naamsvermelding. Soms kun je ook subsidies krijgen, bijvoorbeeld van de gemeente, de provincie of een fonds. Uiteraard hangen de mogelijkheden sterk af van het soort productie en de uitstraling die het heeft.

## Publiciteit

Publiciteit is nodig om de voorstelling te verkopen aan het publiek. Om publiek in de zaal te krijgen is een campagne nodig. Vaak helpt het theater waar je speelt mee om het eigen publiek van het theater te bereiken. Leg in ieder geval een deel van je budget vast voor het maken van mooie flyers en folders. Maak een medialijst met deadlines om te weten wanneer je hen moet informeren. Gebruik daarvoor een persbericht, informatiemappen en leg persoonlijke contacten. Stuur goede (zwart-wit, contrastrijke) foto's mee. De meeste media zijn dol op goed beeldmateriaal. Daarnaast kun je op social media aandacht vragen voor je voorstelling. Als je op tournee wil moet je je voorstelling ook aan theaters verkopen.

## Meer informatie

Op [BeroepKunstenaar.nl](http://BeroepKunstenaar.nl):

- Artikelen over arbeidsovereenkomsten en aansprakelijkheid in de rubriek *Recht en contracten, financiering, Marketing*, o.a. over de *verkoop van een voorstelling*, diverse stappenplannen: een *dansvoorstelling produceren*, een *lespraktijk opzetten*, een *projectbegroting maken*, *subsidie aanvragen*, een *persbericht schrijven*