



Een dansproductie maken met non-professionals

- [Team](#)
- [Artistiek plan](#)
- [Productie](#)
- [Dansers en repetities](#)
- [Theatrale middelen](#)
- [Geld](#)
- [Publiciteit](#)
- [Première en tournee](#)
- [Evaluatie en afronding](#)
- [Meer informatie](#)

Als dansdocent een productie maken met dansers die dat niet voor hun beroep doen: het doel en de doelgroep bepalen hoe je dat doet. Denk bijvoorbeeld aan voorstellingen met amateurdansers op een dansschool, aan schoolproducties in het basis- of voortgezet onderwijs, aan producties in opdracht van een kunsteducatieve of maatschappelijke instelling of op eigen initiatief. Het niveau en de motivatie van de dansers zijn in elke situatie anders en soms ook onbekend.

Zorg dat het doel en de doelgroep duidelijk zijn, voor je aan het maken van een dansproductie met non-professionals begint. Een dansschool wil bijvoorbeeld graag laten zien wat er binnen de lessen gebeurt. Regelmatig een voorstelling maken vormt bovendien een extra ingrediënt in de lessen wat het spannend maakt. Werk je in het regulier onderwijs of voor een maatschappelijke instelling dan kunnen de doelen heel anders zijn. Waarom en met wie je werkt heeft gevolgen voor alle aspecten van het maken van de productie.

Team

Wie is de opdrachtgever of werkgever? Of is het jouw initiatief en ben je zowel organisator als eindverantwoordelijke voor zowel de zakelijke als de artistieke kant? Ook als je zelf verantwoordelijk bent voor de gehele productie, betekent dat niet dat je alles zelf moet doen. Delegeren is heel belangrijk. Afhankelijk van je eigen sterke kanten kun je of de artistieke of de zakelijke en productionele kant uitbesteden. Zorg dat helder is welke rol en taken jij op je neemt en wat door anderen gedaan moet worden.

Denk, naast het maken van de voorstelling en het repeteren met de dansers, ook aan taken als publiciteit, decor en kostuum, licht, geluid, grime, catering, eventueel vervoer en de kassa. Soms kunnen deze worden uitgevoerd door betaald personeel, maar vaak ook door vrijwilligers, bijvoorbeeld familie van cursisten. Ook hiervoor geldt dat de mate van professionaliteit die je kunt verwachten van het team, gevolgen heeft voor het eindresultaat van de productie.

Artistiek plan

Voor een artistiek plan heb je een choreografie nodig. Huur je daar iemand voor in, dan sluit je een overeenkomst over de lengte van de choreografie, repetitiedata, eigendomsrecht en de financiële vergoeding. Je begint met een artistiek plan waarin je zo concreet mogelijk je dansstuk beschrijft. Daarvoor formuleer je een antwoord op de volgende vragen:

- Wat is de doelstelling? Bijvoorbeeld leerlingen laten zien, materiaal vormgeven.
- Met wat voor soort dansers werk je? Is het vrijwillig of verplicht, wat is het niveau en de ambitie? Zijn het bijvoorbeeld cursisten uit één les, dansers van een bestaande groep of op ad-hoc basis?
- Hoeveel dansers doen mee, welke eisen stel je aan techniek, ervaring, leeftijd, persoonlijkheid, muzikaliteit, improvisatievermogen, enzovoort?
- Wie hebben invloed op de voorstelling en in welke mate? Denk aan de 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 jezelf en van anderen?



- Hoe lang wordt het stuk?
- Wat is de werkwijze van de choreograaf?
- Wanneer beginnen de repetities, 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, wie komen er kijken?
- Waar wordt de voorstelling gedanst? Wat zijn de mogelijkheden en beperkingen van de ruimte(s)?

Productie

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 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 of per actie, beschreven wie wat moet doen op welke plek.

Dansers en repetities

Het maakt een groot verschil of je de dansers al kent of niet. Organiseer je een auditie voor verschillende rollen of kennismakingsworkshop?

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 geven, kan het nuttig zijn om een try-out te houden om de reacties van het publiek te testen.

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. De artistiek eindverantwoordelijke voor de productie is uiteraard betrokken bij belangrijke keuzes hierin.

Geluid: Vaak wordt in een voorstelling gebruik gemaakt van verschillende muziekstukken. Monteer dit zo, 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: 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: 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.

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

Decor: 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, veilig, stabiel en makkelijk afbreekbaar en vervoerbaar. Kijk goed naar de maten van het podium en afmetingen van doorgangen om daar te komen.

Geld

Een productie maken kost geld. Meestal meer dan je hebt aan het begin. Maak van tevoren een begroting van de kosten en inkomsten. Vaak steken mensen er ook eigen tijd en geld in en kun je vrijwilligers vragen voor bepaalde klussen. Denk goed na over de redelijkheid en haalbaarheid als je mensen vraagt om bij te dragen aan de productie.

Belangrijke posten op de begroting zijn honoraria (choreograaf, decor-/kostuum-/lichtontwerpers), reis- en verblijfkosten (séjour), vervoerkosten (bij tournee), huur accommodatie en apparatuur (licht en geluid), materialen (decor en kostuums/grime), 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.

Publiciteit

Publiciteit is nodig om de voorstelling te verkopen aan het publiek. Om publiek te werven is een campagne nodig. Hoe moeilijk het is om publiek de zaal in te krijgen hangt ook af van de groep dansers waar je mee werkt. Werk je met grote groepen kleine kinderen dan kun je de zaal misschien al vullen met ouders. Staat er een klein clubje dansers op het toneel dan moet je mogelijk meer moeite doen.

Misschien kan de locatie waar je speelt meehelpen om publiek te bereiken. Denk in elk geval na over een budget voor het maken van flyers of folders. Maak eventueel 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 sociale media aandacht vragen voor je voorstelling. Daar kunnen de dansers zelf ook aan bijdragen door het te delen op hun eigen kanalen. Als je op tournee wilt moet je je voorstelling ook aan theaters verkopen.

Première en tournee

Data van de voorstelling communiceer je met de dansers en eventueel publiek zodra deze bekend zijn. Dat kan in het geval van een dansschool soms al meer dan een jaar van tevoren zijn. Bij de voorstelling, of in geval van meerdere optredens bij de première, zijn relaties, familie, vrienden en de pers meestal de belangrijkste gastengroepen. Deze worden meestal vier tot zes weken van tevoren uitgenodigd om kaarten te reserveren/kopen. 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.

Evaluatie en afronding

Bedank iedereen die heeft meegewerkt en evalueer het productieproces en het artistieke resultaat met de belangrijkste teamleden. Zorg voor een goede financiële afhandeling. Als de productie mogelijk in reprise gaat, regel dan een opslagruimte voor decor, kostuums en rekwisieten. Heb je foto's en video gemaakt van de productie? Bedenk of en hoe je die wilt delen: ook dat kost tijd en geld, maar levert misschien ook inkomsten op.

Meer informatie

Op [BeroepKunstenaar.nl](https://beroepkunstenaar.nl) vind je o.a. artikelen over arbeidsovereenkomsten en aansprakelijkheid, financiering en publiciteit. Er zijn ook diverse stappenplannen, bijvoorbeeld over een voorstelling produceren, projectbegroting maken, subsidie aanvragen en een persbericht schrijven.