



URLAND

*Live art en de digitale revolutie
een onderzoek naar de impact van nieuwe media op onze verbeelding*

4.2 MEERJARENBELEIDSPAN

4.2.1 Missie en introductie

Wij zijn URLAND, een performancecollectief dat in 2010 werd opgericht op de Toneelacademie Maastricht en sinds 2013 is verbonden aan het Productiehuis Rotterdam. URLAND bestaat uit Ludwig Bindervoet, Thomas Dudkiewicz, Marijn Alexander de Jong en Jimi Zoet. Deze groep twintigers laat zich zowel inspireren door de cultuuruitingen van hun generatie als door de grote, epische verhalen uit de wereldliteratuur. We introduceerden onder andere *motion capture*-technologie, 3D-printers, schuimmachines en gabbers in het theater en samplen onze eigen canon met de beat als motor.

Ons collectief komt voort uit de opleiding 'Theatraal Performer' van de Toneelacademie in Maastricht, een inmiddels beruchte studie waar de autonomie en eigenzinnigheid van de makers voorop staat. Daar vonden we elkaar en sindsdien vullen we elkaar aan met eigen teksten, composities, kostuum- en decorontwerpen en ontwikkelen we een eigen energieke theatertaal. URLAND heeft zich gevestigd in Rotterdam. Net als Wunderbaum acht jaar geleden kreeg URLAND de kans om zich in de Rotterdamse Schouwburg verder te ontwikkelen en krijgt nu ook de komende vier jaar ondersteuning van het nieuwe Theater Rotterdam om zich in de stad te blijven manifesteren met (locatie)voorstellingen, festivals, acties en games.

URLAND won de Henriëtte Hustinxprijs in 2014 bestemd voor 'excellent talent dat is afgestudeerd aan de Toneelacademie Maastricht'. Uit het juryrapport: *"[...] altijd op zoek naar verbindingen, crossovers, theatraal spannende dialogen aangaand met andere performers, acteurs, choreografen, filosofen. Altijd in de zone tussen de disciplines, altijd in de intermedialiteit. En dus altijd reuring oproepend, niks is vanzelfsprekend. Of het moet de gedachte zijn dat er altijd radicaliteit moet zijn, dat je altijd verder dan ver moet rijden, op zoek naar waar het onmogelijke mogelijk gemaakt wordt. Met groot ondernemerschap, een grote drang tot initiatief willen nemen en verantwoordelijkheid willen dragen voor de omgeving en vooral met het vermogen om performances, voorstelling te maken die beeldrijk, soundrijk, fysiek en talig zijn. Die de blik van het publiek, dat niet enkel in de gekende theateromgeving gevonden wordt, maar ook op festivals, een publiek dat jong en nieuw is, doet tolleren, doet kantelen.*

Onze missie is om ons artistieke onderzoek te vervolgen naar de impact van de digitale revolutie - waar we midden in zitten - op levende kunst, de verbeelding en de behoefte aan verhalen en waarheid. We doen dit door de grenzen van het theater op te zoeken en te verbinden met nieuwe, andere media, codes en daarmee publieken. In het kadertje hierboven staat het mooi omschreven door de jury van de Henriëtte Hustinxprijs. We hadden het zelf niet beter kunnen of durven zeggen.

De codes en tradities van het 'analoge' theater: dat is de arena waarbinnen URLAND de grenzen van het bekende en het denkbare probeert op te rekken. Het collectief viert de fantasie, voorbij de ironie, voorbij het cynische postmodernisme, en waagt een oprechte poging. We werken aan wat we een *metamodernistisch* experiment noemen. Dat heeft geleid tot opmerkelijke, veel geprezen, radicale, fysieke, beeldende performances zoals *De Gabber Opera*, *De Oktobertragödie*, *Kwartet*, een *Powerballad* en de eerste twee delen van *De Internet Trilogie* die te zien waren in theaters en festivals in Nederland en daarbuiten, maar ook op poppodia zoals Down the Rabbithole en Lowlands.

Voor *EXPLORER/Prometheus ontketend* (deel II van *De Internet Trilogie*) werd URLAND genomineerd voor de BNG Bank Nieuwe Theatermakersprijs 2015. Uit het juryrapport over *EXPLORER*: "Het is een belangwekkende voorstelling geworden. Het 21e eeuwse poppenspel met de motion-capture techniek wordt transparant en onnadrukkelijk gebracht, met een verbeeldingsrijke, wervelende trip als resultaat. [...] De voorstelling roept vele relevante vragen op over de implicaties van virtuele werelden voor onze identiteit en maatschappij. Urland doet dit met een ijzersterke vertelkracht die (ook) de humor niet schuwt."

Met *De Internet Trilogie* is URLAND een experiment aangegaan waarbij we ons zelf steeds voor de uitdaging stelden de digitale wereld op een inventieve wijze ten tonele te voeren. We koppelden cyberspace aan de de Prometheia van Aeschylus. Zo werd het drieluik een intensief onderzoek naar de impact van de nieuwe media en de digitale revolutie op live art en performance, alsmede op onze verbeelding en de verhalen die wij vertellen anno 2016.

URLAND is een van de weinige jonge groepen theatermakers in Rotterdam. Door wie we zijn, wat we deden en wat we willen ontwikkelen denken we dat we een toegevoegde waarde zijn binnen en naast Theater Rotterdam. Verderop in dit plan kunt u lezen met wie we ons in de stad nog meer verbinden en gaan samenwerken. Ook nationaal en internationaal is er veel belangstelling en steun voor URLAND.

Deze lijn en dit onderzoek wil URLAND de komende vier jaar gaan doorzetten en verdiepen. En we hopen dat de stad Rotterdam in dit onderzoek en deze missie wil investeren. URLAND wil zowel de grote verhalen vertellen als de stem van een nieuwe generatie vertolken, en er met een eigen visie en theateridoom voor zorgen dat die generatie de schouwburgen betreedt en dat het theater toegankelijker wordt voor een meer hybride publiek. Tegelijkertijd willen we onze kracht als *digital natives* inzetten om live art en theater zelf te vernieuwen. Door te onderzoeken, te ondernemen, te radicaliseren en andere werelden en sectoren te verbinden met het theater.

4.2.2 Visie en strategie

“Cynici beweren dat dit geen tijden meer zijn voor grote verhalen of voor grote dromen. Ze vergissen zich. Ze vergeten dat onze particuliere verhalen samen dat ene grote verhaal vormen en zelfs meer dan dat, want het grote geheel is meer dan de som van de delen. Ze vergeten dat grote daden altijd worden gedragen door grote dromen, diezelfde dromen die ons groot hebben gemaakt.” [JASON; uit: Peter Verhelst, Medea (Dionaea muscipula)]

Wat is onze visie op theater? Een inhoudelijke ambitie

URLAND ziet zich als een *metamodernistisch* performancecollectief. Wat dat is? Het tijdperk van het postmodernisme en zijn ironie is voorbij. We leven, werken, denken en handelen nu in een *metamodernistische* wereld. De wereld werd door het postmodernisme volledig gedeconstrueerd tot betekenisloze codes en inwisselbare waarheden. Waar wij behoefte aan hebben is om de wereld en de loze tekens van nieuwe betekenis te voorzien. Geïnformeerde naïviteit, pragmatisch idealisme, vernieuwingsdrang, constructief engagement, de nadruk op affect en de herwaardering van ambachtelijkheid en bovenal de terugkeer van het Grote Verhaal: dat zijn de typische kenmerken van het metamodernisme.

De verworvenheden van het postdramatische (postmoderne) theater zijn, mede door onze opleiding tot Theatraal Performer, een vanzelfsprekendheid voor URLAND. Tekst en dramatische handeling zijn ontoereikend om alles te vatten. URLAND wil de gedeconstrueerde waarheid van de verwarde postmoderne tijd in een nieuw eigen theateridoom te lijf gaan. We willen *júist* verhalen vertellen, in nieuwe vormen, in een nieuwe taal. Het experiment is de enige weg. Er is geen waarheid? Dan gaan we er naar op zoek. URLAND wil inzicht in de tijdgeest, en prikkelende hedendaagse vragen stellen.

En het theater is het gedroomde laboratorium. Juist in een van de laatste analoge bastions van onze maatschappij willen we nieuwe, futuristische rituelen creëren. Een ritueel omdat we vinden dat het theater een ritueel is. Een uitgehold ritueel, weliswaar, dat we van nieuwe betekenis kunnen en moeten gaan voorzien. URLAND vervangt de oude symbolen, of zet ze in een nieuw daglicht. En daarvoor gebruiken zij verschillende bronnen: oude en nieuwe media, literatuur en worldwideweb, analoge en digitale technieken en maken een (re)mix van (toneel)stijlen. URLAND gaat genres en disciplines herwaarderen en heruitvinden: het theater der wreedheid, de game-cultuur, de opera en het hoorspel, het constructivisme en het futurisme, het dadaïsme, ItaloDisco en Bauhaus.

De artistieke ambitie en strategie in het (heel) kort

We willen nieuw hybride publiek de theaters binnenhalen en we willen oude verhalen en eeuwige schoonheid aan de nieuwe wereld laten zien. Wij willen het geluid laten horen van onze generatie in een veranderend cultuURLANDschap waar geen harde grens meer is tussen hoge en lage kunst. We onderzoeken wat de impact is van nieuwe media op onze (collectieve)

verbeelding door live art en de digitale revolutie te combineren, door de oudste verhalen van de mensheid te vertellen in de taal van nu. Daarmee willen we bijdragen aan de ontwikkeling van het theaterlandschap in Rotterdam en ver daarbuiten.

Dit theateridoom zal in de komende vier jaar verder ontwikkeld, bevraagd en aangescherpt worden. We zullen een groter publiek willen betrekken en meenemen op onze 'metamodernistische expeditie'. URLAND heeft de ambitie en de drang om zich in een hogere frequentie te manifesteren in de stad Rotterdam, maar ook (inter)nationaal is er een grote kans om zichtbaar te zijn. Er is veel belangstelling bij festivals en podia. Bij het Productiehuis Rotterdam is er een succesvolle periode volledige focus geweest op de artistieke ontwikkeling. We nemen de opgedane kennis en ervaring mee en zetten nu een autonome organisatie op poten met sterke samenwerkingsverbanden binnen en buiten het theater.

Onze strategie is om jaarlijks 1 grote productie en één of meerdere kleinere presentaties te maken onder de serienaam URLAND DOET, waarbinnen de resultaten van ons theatraal onderzoek te zien zal zijn naar nieuwe stukken, performance stijlen en interactieve videogames. Daarnaast zullen we zoveel mogelijk hernemingen¹ doen in theaters en op festivals.

We vinden het nog te vroeg om een fulltime gezelschap te zijn dat meerdere stukken per jaar maakt. Onze inzet is ook om in de komende jaren naast URLAND ruimte over te houden voor andere activiteiten. De leden van het collectief spelen in andere producties, maken soundscores, toneelbeeld en licht in werk van verwante makers en gezelschappen, zodat de overhead en efficiëntie van het gezelschap optimaal is en past bij een beginnend gezelschap. We zullen ons op veel terreinen moeten blijven ontwikkelen. We hebben nog veel te leren. De ambitie om een 'serious game' als educatieproject te ontwikkelen zal veel tijd, investering en studie eisen. De eerste versie (voor de mediawand van de Rotterdamse Schouwburg) wordt al in 2016 gemaakt. We zullen ons nog harder moeten gaan ontwikkelen als ondernemers, marketeers, verkopers en vooral kunstenaars en we hebben er zin in.

De realiteit: geen woorden maar daden

Toen we afstudeerden in 2012 werd het Nederlandse cultuurklimaat ruw opgeschud door ingrijpende bezuinigingen. Meer dan 20% van het budget voor kunsten verdween. Vooral talentontwikkeling werd getroffen. De landelijke ondersteuning voor productiehuisen verdween volledig. Talenten waren afhankelijk van productiehuisen met een relatief geringe gemeentelijke steun of door de bijdrage van grotere instellingen en gezelschappen. Ook in Rotterdam is er binnen de podiumkunsten in 2012 miljoenen bezuinigd. URLAND klopte in 2013 toch aan bij het Productiehuis Rotterdam omdat het zich met de stad en de schouwburg verwant voelde en kreeg uiteindelijk de kans zich te bewijzen. Inmiddels is er een intensieve en creatieve samenwerking tot stand gekomen. Door een subsidie voor jonge makers van het FPK kon

¹ zie 'Bijlage CV URLAND in beeld' voor eerder gemaakte voorstellingen

URLAND aan het werk. De realiteit van dat werk was dat er veel onbetaald was en maar af en toe de mogelijkheid om een stuk uit te brengen.

De realiteit was ook dat die stukken (en andere activiteiten) toch tot stand kwamen en er mochten zijn, dat we steun van de Coproducers (zeven coproducerende theaters die ons steunden) kregen, genomineerd werden voor prijzen en dat we binnen Rotterdam een veelheid van samenwerkingsverbanden, binnen en buiten het theater, tot stand brachten. Wat we ook merken is dat geen van de bestaande grote instellingen of fondsen in staat zijn op eigen kracht (financiële) ruimte te maken voor een collectief of gezelschap van een nieuwe generatie. En toch willen we door. We hebben nog zoveel te bieden en te vertellen.

Ook al zou Theater Rotterdam dat willen, er is binnen de huidige financiële kaders te weinig ruimte om URLAND in zijn geheel op te nemen in het nieuwe Rotterdamse theaterhuis. Wij willen heel graag binnen de inspirerende werking van Theater Rotterdam functioneren, maar zien het ook als een bestaansvoorwaarde om artistiek autonoom en Rotterdams te zijn en verbinding te zoeken met generatiegenoten in andere disciplines, zoals nieuwe media, performancekunst, club en muziek. Dat kan met onze ambitie alleen als we een samenhangend en betrouwbaar netwerk van investeerders en coproducten aan ons kunnen binden. We willen ons in de komende vier jaar verdiepen en verder werken aan ons oeuvre voor een nieuw en interdisciplinair publiek. Met steun van Rotterdam en het FPK.

Zakelijke ambities

Om dit alles te realiseren en te produceren is een netwerk van betrouwbare partners en investeerders noodzakelijk.

We willen een kleine kern van professionele en toegewijde zakelijke en marketingkrachten aan ons binden. We zullen in de komende jaren organisatorisch, in het delen van zakelijke leiding, marketing en verkoop (én in wederzijdse inspiratie en geestverwantschap) samen optrekken met actrice, dramaturge en theatermaker **Naomi Velissariou**. We maakten met haar *KWARTET, Een Powerballad* in 2013 en leden van URLAND werken mee als ontwerper of performer in haar producties. Naomi heeft in Frascati Theater een vaste coproductent.

Theater Rotterdam biedt ons speelplekken, we kunnen er kantoorruimte en studio's huren en we ontvangen een substantiële meerjarige coproductiebijdrage. Belangrijker nog is de artistieke inspiratie en uitwisseling, waarbij van onze kant de missie om een nieuwe generatie publiek aan te boren en om live-art, verbeelding en de digitale revolutie te combineren een bijdrage is. Andersom biedt Theater Rotterdam ervaring, een internationaal netwerk en de gedeelde noodzaak om kunst midden in de samenleving een kritische en verontrustende rol te laten vervullen.

Een andere, maar veel kleinere, coproducent is het Amsterdamse **Rudolphi Producties** die een heel goed netwerk van speelplekken meenemen en zakelijke en producerende en marketing ondersteuning biedt.

Een vierde partner is het nieuwe interdisciplinaire **Noord Nederlands Toneel** dat de intentie heeft uitgesproken met URLAND te willen samenwerken en ons in ieder geval residentieperioden aanbiedt en de wens tot coproductie.

4.2.3 Meerwaarde voor de stad

Positie en functie in de stedelijke culturele infrastructuur;

In het vorige hoofdstuk hadden we het er al over. De afgelopen drie jaar hebben we met veel plezier samen met Productiehuis Rotterdam ons Nieuwe Makers traject doorlopen. De Rotterdamse Schouwburg voelt als ons thuis vanwege de innovatieve positie, internationale kwaliteit en het engagement in de ontwikkeling en ondersteuning van eigenzinnige makers. We zien ons zelf graag in de traditie van makers met een sterke affiniteit voor performance en multidisciplinaire kunst die zich in het Productiehuis hebben ontwikkeld als Lizzy Timmers, Wunderbaum, Sarah Moeremans, Joachim Robbrecht en Schwalbe. Met het grote verschil dat wij graag in Rotterdam willen *blijven* werken. Het is zonde voor het artistieke klimaat in de stad dat de makers die hier groot zijn geworden, vanwege verschillende redenen gedwongen worden hun werkzaamheden en artistieke ontwikkeling elders in het land voort te zetten.

De Rotterdamse Schouwburg is een plek die ons geïnspireerd heeft en waar we al te vinden waren lang voor onze samenwerking met het Productiehuis. En, nu we er zo'n drie jaar werkzaam zijn, is het voor ons een plek waar we de ruimte hebben gekregen om nieuwe dingen te proberen. Niet alleen in onze voorstellingen, maar ook in andere projecten als het maken van een video game voor de mediawand, of de aankleding van de hal voor festival De Operadagen.

Wij kunnen een nieuw publiek naar de schouwburg en Theater (in) Rotterdam krijgen met de dingen die wij maken: de niet-reguliere theaterbezoeker, jonge mensen die geïnteresseerd zijn in *gaming*, beeldende kunst en elektronische muziek. We willen vaker korte projecten in de hal van de schouwburg gaan organiseren. Live performances, muzikale optredens, video installaties en interactieve game installaties op de mediawand. Samen met verwante collectieven en kunstenaars. We schreven al elders in dit plan over wat we als onze meerwaarde zien in Theater Rotterdam.

Ook Wunderbaum is geen onbekende van ons. Sterker nog, ze zijn ons artistieke klankbord en we nodigen hen altijd uit voor doorlopen en repetities om feedback te geven. Urlander Ludwig Bindervoet heeft meerdere keren bij ze gespeeld, en met *In Bed with Mozart* waren beide collectieven samen op het podium te vinden. De wens om samen te werken is al meerdere

keren uitgesproken en ongetwijfeld zal dat in de komende jaren, als de planningen dat toelaten, gebeuren.

Raakvlakken met andere sectoren.

Naast onze activiteiten in Theater Rotterdam willen we afzonderlijke (muzikale) performances ontwikkelen, die mobiel zijn en geen decor vereisen. We zijn al meerdere keren gevraagd door verschillende clubs en festivals als 'Down the Rabbit Hole' en BAR, maar hebben nooit een speciale performance ontwikkeld voor het feestcircuit. We hebben er wel opgetreden, maar altijd waren dat acts of fragmenten uit bestaande voorstellingen die soms goed en soms minder goed tot hun recht kwamen. Aangezien een aanzienlijk deel van onze potentiële doelgroep zich op dat soort evenementen bevindt is het van belang dat daar verandering in komt. Zie het ook als een investering in marketing en branding. Zodat we ons merk als hybride collectief verbreden en het bereik in de stad kunnen vergroten. Zo hopen we de club bezoeker geïnteresseerd te krijgen voor onze (en andere) voorstellingen en projecten in de schouwburg.

We voelen verwantschap met andere jonge Rotterdamse collectieven als Club Gewalt en KOBE, en clubs als BAR en WORM.

Met name KOBE (Nastaran Razawi Khorasani en Davy Pieters) is een collectief dat we goed kennen. Ze zijn nu al een aantal jaren een bekend gezicht in de Rotterdamse *clubscene*, en zijn vaak te vinden op dancefestivals in Nederland. Ook hebben ze de voorstellingen *Over the Road* en *A Soft Play* met het Productiehuis ontwikkeld. Jimi maakt vaak hun muziek en we hebben samen opgetreden op 'Down the Rabbit Hole'. Al sinds onze gezamenlijke studie aan de Toneelacademie Maastricht is er verwantschap en zijn er gedeelde fascinaties als de hedendaagse popcultuur en het benadrukken van het artificiële. We willen intensiever gaan samenwerken en hen opnemen in onze plannen voor clusterverkoop² aan de theaters. Andersom kunnen zij ons helpen verder wegwijs te worden in het clubcircuit.

Binnen Rotterdam willen we de komende tijd verder in gesprek met stakeholders uit andere sectoren als het innovation district M4H Merwe-Vierhavens, de Fruithaven die langzaam transformeert tot maakstad en de Science Tower, de plek die onderwijs, wetenschappelijk onderzoek en het bedrijfsleven samenbrengt. We willen hen betrekken bij de ontwikkeling van ons onderzoek naar de relatie tussen technologie en verbeelding en zijn in gesprek over onderlinge uitwisseling en gezamenlijk onderzoek dat wordt betrokken in ons werk. Met RDM Makerspace op Heijplaat in Rotterdam Zuid, zijn we al in intensief contact over het derde deel van onze Internet Trilogie dat gaat over 'the internet of things'. Ook zijn we hierover in gesprek met Studio RAP om ons decor met een robot, van RDM Makerspace, uit purschuim te laten snijden. Peter Troxler (lector Revolutie in de Maakindustrie, Hogeschool Rotterdam) helpt ons bij het leggen van verbanden in de stad en heeft aangegeven toekomstige samenwerking te

² zie 4.3.3

overwegen. Rene Bakker van de TU Delft is nauw betrokken bij het derde deel van de Internet Trilogie, we hopen zijn technische expertise ook te gebruiken voor toekomstige projecten.

Meerwaarde voor de culturele sector

Rotterdam is een internationale stad van vernieuwing en innovatie. De Rotterdammer kijkt graag vooruit. Wij zien ons zelf ook graag als een collectief dat altijd op zoek is naar nieuwe vormen, naar nieuwe manieren om verhalen te vertellen. Op zoek naar nieuwe combinaties, zo divers als de stad om ons heen. We leven in een tijd van re-sampling en remixing, waarin alles continu naar elkaar verwijst en van alles van elkaar gebruikt. Nergens anders in Nederland is dit merkbaarder dan in Rotterdam. De multiculturele samenleving is hier al een hele tijd een feit. Culturen smelten in elkaar tegen het decor van een stad die zichzelf continu opnieuw uitvindt, en langzaam transformeert in de stad van de toekomst. De enige in Nederland wat ons betreft. Rotterdam wordt op dit moment vormgegeven en geeft vorm aan de toekomst. We vinden Rotterdam inspirerend. Nergens in Nederland vindt je zo'n concentratie van vooruitstrevende kunst, muziek en architectuur. En er zijn mogelijkheden. Er is ruimte voor ideeën, ruimte voor spannende samenwerkingen tussen verschillende disciplines.

We willen een educatieproject ontwikkelen voor jongens in de vorm van een game. We werken er nu al aan met het Interactive Design collectief Oneseconds. We willen deze aanbieden aan het onderwijs. (Zie ook later in deze aanvraag).

Wij denken dat we een leemte kunnen vullen in Rotterdam, dat er nood is aan een jong onafhankelijk (mannelijk) performance collectief dat zich begeeft op de grenzen van theater, gaming, beeldende kunst en elektronische muziek.

Het biedt kansen voor de individuele leden van URLAND om zich verder te ontwikkelen in hun eigen expertises. Zo heeft Marijn al meerdere videokunst projecten bij Showroom Mama succesvol afgerond, speelt Thomas in verschillende performances in Witte de With en is er een uitnodiging vanuit BAR voor Jimi's eerste muzikale live act.

4.2.4 Cultuureducatie

Wij willen, geïnspireerd door de game die we op dit moment voor de mediawand in de schouwburg aan het ontwikkelen zijn, onderzoeken of we deze *serious game* niet gedurende een aantal jaren kunnen doorontwikkelen tot een educatie-project dat zowel interactief en live is als online kan worden toegepast. Onze insteek zal zijn dat het *een hoofdrol* speelt in educatieprojecten *speciaal* gericht op jongens. Games die, net zoals ons werk, voet hebben in de oude grote verhalen, *waardoor* we op een speelse manier jongeren iets kunnen bijbrengen over onze *kunst* en cultuurgeschiedenis, filosofie en geschiedenis in het algemeen. Wij vinden dat het middelbaar onderwijs van deze tijd te veel is gericht op meisjes. Jongens worden op een

verkeerde *manier* uitgedaagd en gedwongen in een vastgelegd tempo mee te komen in het lesmateriaal. De mannen van *URLAND* denken dat dit anders moet en kan. We willen onafhankelijk van de scholen onze onderwerpen uitkiezen, zodat we de onderwerpen die wij maatschappelijk relevant vinden kunnen uitlichten.

Het is voor ons enorm spannend om te doen, we zijn immers niet opgeleid als docenten. Maar juist dat kan er voor zorgen dat dit project een kans van slagen heeft. We denken dat we jongens met een leeftijd van tussen de 13 en 18 jaar, kunnen verleiden met onze brutaliteit en het feit dat wij ook nog steeds die jongetjes zijn. Hoe de game er precies uit komt te zien moet nog blijken. We zijn nog onervaren in het ontwikkelen van games. Maar we weten wel wat *story-telling* is en begrijpen de doelgroep. Dit jaar al slaan we daarom de handen ineen met *Oneseconds*, een ander mannencollectief dat gespecialiseerd is in het ontwikkelen van bijzondere interactieve installaties, om ons voor de eerste keer op dit gebied te begeven. We zullen ook intensief samenwerken met de educatie-afdeling van Theater Rotterdam, die contacten, ervaring en coaching zullen aanbieden.

Onze doelgroep zijn met name jongens van de leeftijd 13-18 op een HAVO/VWO opleiding met een fascinatie voor games, popcultuur, elektronische muziek en futuristische vormgeving.

Er wordt een interactieve installatie/game ontwikkeld waarin de spelers de rol van bekende historische figuren of personages vervullen. Het doel is dat ze de juiste keuzes maken, die kloppen met de daadwerkelijke beslissingen van die personages en figuren in het verleden. Dit alles in een 16 bit Urlandiaanse jas, zodat het de fanatiek minecraftende en popcultuurvretende doelgroep zal aanspreken. Het belangrijkste is dat wij als collectief de onderwerpen interessant vinden, zodat we vol jongensachtig vuur dit educatieproject in kunnen gaan, en er het allerbeste van kunnen maken. Op deze manier hopen we dat het de doelgroep aanspreekt en dat de game leuk is om te spelen. Dat leerlingen er voor terug willen komen, en zo daadwerkelijk geïnteresseerd raken in de behandelde materie. Dat we meisjes ogenschijnlijk uitsluiten is een pedagogische truuk. Wij staan dicht bij de belevingswereld van jongens en denken hen zo met actie en gaming te kunnen verleiden na te denken over de grote verhalen van de geschiedenis, over wat kunst is en vooral ook over hoe verhalen verteld kunnen worden. Een diepere outcome die we willen bereiken is dat de veronderstelde kloof tussen barbaarse en romantische belevingen van cultuur soepel wordt geslecht door er overheen te surfen.

We willen met de experts van de scholen en Theater Rotterdam in een latere fase zien of en hoe de methodiek kan werken en aansluiten bij behoeften in het onderwijs om de game in te zetten juist in andere vakken dan CKV.

Wij realiseren ons dat we als beginnende theatergroep dit educatieproject niet hoeven te doen. We kunnen het ook alleen maar doen als we partners vinden, zoals Theater Rotterdam en *Oneseconds*, die met ons hierin willen investeren. Wij willen ons hierin ontwikkelen omdat we

de eerste generatie in de mensheid zijn die hun hele bewuste leven online is geweest. We zijn ook opgevoed met radicale jongenstelevisie en we vinden het interessant en belangrijk om te doen.

4.3 PRESTATIES

PRESTATIES	PRESTATIES (2013/2014 - 2014/2015)	Waarvan in Rotterdam
Aantal producties	9 in twee jaar	5
Aantal presentaties	53	30
Aantal bezoekers	5136	2103

4.3.1 Terugblik prestaties 2013 - 2016

Meteen na ons afstuderen in 2012 hebben we in 2013 onze eerste professionele productie *Kwartet: Een Powerballad* gemaakt, in samenwerking met theatermaker/actrice Naomi Velissariou. Het was een sprong in het diepe. Voor de eerste keer subsidie aanvragen, de productie in eigen handen nemen en zelf de theaters benaderen. Terugkijkend op deze periode is dit ons goed afgegaan. De pers merkte ons op en was enthousiast, het publieksbereik was relatief goed en we speelden de voorstelling 17 keer in 7 steden in Nederland en België en op festivals als 'Down the Rabbit Hole' en 'Out Now' in Bremen. Wel ontdekten we dat het zelf uitvoeren van alle taken als PR en marketing, fondsenwerving en de boekhouding rondom de voorstelling een tijdrovende en lastige bezigheid is. We waren daarom ook erg blij dat we, na een jaar aan ontmoetingen en gesprekken, uiteindelijk werden opgenomen door Productiehuis Rotterdam, omdat zij veel van deze taken op zich konden nemen en wij daar veel van hebben kunnen leren.

In 2014 en 2015 was URLAND één van de eerste groepen die werd opgenomen in de Nieuwe Makerssubsidie-regeling van het Fonds Podiumkunsten. Deze regeling die we samen met Productiehuis Rotterdam hebben aangevraagd bood ons de perfecte gelegenheid om in een veilige doch professionele omgeving ons artistiek, inhoudelijk en in ondernemendheid verder te ontwikkelen. Het voelde alsof we een master-opleiding mochten doen als collectief. En dat was een geweldig gevoel. We konden experimenteren, *jammen* met ons theateridoom, en ons vocabulaire verstevigen. Daarbij zochten we naar de ideale verhouding in het maakproces tussen het creëren en de dramaturgie. Gedurende de werkprocessen van *MS DOS/Prometheus geketend* en *EXPLORER/Prometheus ontketend* kwamen we er achter dat wij elkaar met z'n vieren haarfijn aanvoelen, en we zijn als collectief de afgelopen twee jaar nog hechter

samengegroeid. De samenwerking met artistieke partners (Naomi Velissariou, Davy Pieters, Rita Vilhena, Eric Joris, Florian Hellwig, acteurs van Wunderbaum) hielp ons onze draai bij Productiehuis Rotterdam en in de Rotterdamse Schouwburg te vinden en geïnspireerd te werken aan *De Internet Trilogie*. Het theater maken was steeds de grote motor. De vonk was overgeslagen.

Productiehuis Rotterdam gaf in ieder project artistieke feedback en organiseerde de zakelijke en producerende processen en planning. We werden artistiek beloond met de nominatie voor de BNG Nieuwe Theatermakersprijs. De zeven theaters van 'De Co-producers' toonden interesse om De Internet Trilogie te ondersteunen.

Veel activiteiten en experimenten zijn geslaagd de afgelopen drie jaar. Op artistiek vlak, maar ook wat betreft de nieuwe thuishaven die we gevonden hebben in Rotterdam. Natuurlijk was niet alles gemakkelijk. Ook het Productiehuis was met 500.000 euro gekort en kon veel minder voor ons doen vanuit de overhead dan professioneel altijd was vereist. Op onze beurt hebben wij geleerd om zelf verantwoordelijk te zijn voor wat we doen.

Naast de twee 'grote' voorstellingen hebben we ook nog drie kortere performances gemaakt, elk als vooronderzoek voor de Internet Trilogie, respectievelijk de online miniserie *De Modem*, *1 zoekresultaten* en *URLAND presents: 4 Noble Truths in 49 Slides*. Deze projecten werden met veel enthousiasme ontvangen, het ontwikkelen van dit soort kleinschalige performances smaakt naar meer.

Kwartet: Een Powerballad was een oorverdovend beeldende bewerking van de moderne klassieker *Kwartet* van Heiner Müller. Hard, traag en hilarisch als een powerballad greep een death metalband om zich heen op zoek naar liefde en zin. Atonaal losgezongen van de realiteit en meegezogen in de MTV-nachtmerrie die Müller in 1981 al voorspelde.

Dit deden we onder onze eigen stichting, we waren nog niet aangesloten bij Productiehuis Rotterdam.

“Zoals Müller klassiekers als Medea, Hamlet of Les liaisons dangereuses deconstrueerde tot gestileerde taalconstructies, zo deconstrueren deze vijf makers-spelers op hun beurt Müllers Kwartet. Het resultaat is een auditief en visueel kanonvuur. Tekst wordt verklankt in geprojecteerde tekstfragmenten, stemmen worden vervormd door grunting en geluiden worden tot muziek versmolten door middel van een sample-computer.”

Erica Smits, Theaterkrant

De Lobbyborrel. In 2013 en 2014 organiseerden we samen met BAR, in BAR, 'De Lobbyborrel'. Een performance in de vorm van een netwerkborrel voor theatermakers, muzikanten, beeldend kunstenaars en alle anderen in en rond de culturele sector van Rotterdam in een zwaar theatrale setting.

DE INTERNET TRILOGIE. Naast de twee tot nu toe gemaakte delen van de trilogie maakte URLAND een drietal voorstudies rondom dit drieluik waarin we de korte maar ingrijpende geschiedenis van de opkomst en expansie van het internet wilden afzetten tegen de oeroude verhalen van de Prometheus mythe, waarin de hoogmoed van de mens die het vuur wilde stelen van de goden onverbiddeijk werd gestraft.

De eerste voorstudie was *De Modem*, een miniserie op het internet en de mediawand van de Rotterdamse Schouwburg over 4 bejaarde vrouwen die zich voor het eerst begeven op het internet. Met een tergend traag tempo bewegen de vrouwen zich van en naar de computer, om vervolgens te verdrinken in het wereld wijde web. Deze serie diende als trailer/teaser voor de gehele trilogie en is nog steeds te zien via het youtube kanaal van URLAND, URLAND's website en URLAND's facebook pagina. *1zoekresultaten* was de titel van een tweede vooronderzoek, een muzikale live performance/installatie waarin we onderzochten op welke manier data verkeer op een fysieke manier te vertalen is. Twee projectievlakken van 3:4 formaat opgesteld als een computer (lees verticaal projectievlak en gespiegeld projectievlak op de vloer), waarop primaire kleuren in elkaar overvloeien. Daar in voerden wij als performers met zendmicrofoons een binaire choreografie uit op een techno beat, waarin we, met behulp van vocoders en andere effecten, een poëtische tekst ten gehore brengen over Mathew Kinney, een IT software engineer die over het strand wandelt met zijn vrienden en te maken krijgt met een kwaadaardige adelaar (NSA).

MSDOS/ Prometheus geketend was het eerste deel van de Internet Trilogie. Een bewegingsvoorstelling gebaseerd op het ontstaan van het internet, de eerste vonk die Prometheus aan de mensen gaf. Binaire codes werden vertaald naar beweging. De voorstelling was veelbesproken en leidde tot een felle polemiek met NRC recensent Kester Freriks.³

MS DOS is net als die eerdere voorstellingen energiek, wild en weird. Ze vertellen geen verhaal maar roepen met beelden (met behulp van grote rechthoekige en ronde vormen, uitgelicht in de trinitronkleuren rood, groen en blauw), beweging, muziek en flarden tekst (in het Nederlands, Duits en Engels) een tamelijk rijke wereld aan associaties op.

Recensie Simon van den Berg, Het Parool

URLAND presents: 4 noble truths in 49 slides. In aanloop naar het tweede deel van de trilogie zijn we een maand naar Nepal toe gegaan om helemaal los te komen van elke vorm van digitaal contact. Het paradoxale was dat elke Nepalees die we tegenkwamen continue op facebook zat en met elkaar verbonden was via smartphones. Over deze dubbelheid en over 'self-branding' via social media in het algemeen, hebben we de dia presentatie '*URLAND*

³ zie bijlage

presents: 4 noble truths in 49 slides' gemaakt, waarin we de foto's die we met analoge camera's van onze reis hebben gemaakt consequent hebben bewerkt met de meest perfecte afbeeldingen van de Himalaya die we vonden op het internet.

EXPLORER/ Prometheus ontketend is het tweede deel van de Internettrilogie. Voor dit deel werkten we samen met kunstenaar/theatermaker Eric Joris en zijn gezelschap CREW uit Brussel. Met behulp van een motion tracking systeem onderzochten we de belofte van het internet begin jaren 90, de periode waarin het world wide web explodeerde. URLAND herbezieet in dit zeer positief ontvangen tweede deel zijn puberteit en de groei pijn van het internet. CREW herbezieet de utopische jaren. De virtuele realiteit is vaak een afspiegeling van de werkelijkheid zoals theater een verwijzing is naar het leven. Hoe verwordt iets concreets tot een abstractie? Hoe ver kunnen we de grenzen van de werkelijkheid verleggen? En hoe ver kunnen we het lichaam laten transformeren en/of laten verdwijnen? De voorstelling wordt in 2016 en 2017 nog in vele theaters in Nederland en België en daarbuiten gespeeld. De jury van de BNG prijs verwoordde treffend de kracht van de voorstelling.

*'EXPLORER/Prometheus Ontketend is het tweede deel in de Internet Trilogie van URLAND. Het is een belangwekkende voorstelling geworden. Het 21e eeuwse poppenspel met de motion-capture techniek wordt transparant en onnadrukkelijk gebracht, met een verbeeldingsrijke, wervelende trip als resultaat. De humoristische en toegankelijke opening-scene tussen Deacon en Bridget (teksten van The Bold and The Beautiful) trekt de toeschouwer de voorstelling in. Hiermee geven de makers zichzelf de ruimte om complexe virtuele begrippen te demonstreren en de bijbehorende vragen te stellen. Zoals: In hoeverre kunnen we het lichaam laten transformeren of laten verdwijnen? Zeker tegen het einde laat de voorstelling prachtig de tristesse van de virtuele ruimte zien als Bridget en Deacon visueel gereduceerd worden tot de middelen waarmee ze gemaakt zijn: puntjes in een ruimte. De voorstelling roept vele relevante vragen op over de implicaties van virtuele werelden voor onze identiteit en maatschappij. **Urland doet dit met een ijzersterke vertelkracht die (ook) de humor niet schuwt.'***

Juryrapport van de BNG nieuwe theatermakers prijs

In bed with Mozart was de titel van een project dat samen met Wunderbaum, Theater Rotterdam en barokorkest B'Rock speciaal voor Operadagen Rotterdam werd gecreëerd voor een uitverkocht Oude Luxor. De rijzende stersopraan Sophie Karthäuser zong Mozart-aria's en de bekende Vlaamse schrijfster Annelies Verbeke schreef een nieuwe korte tekst over de nieuwe ontrouw en de macht van de seksen.

Een vette knipoog naar het genre opera, een verrassende samenwerking tussen onverwachte partijen, en intussen muziek waaraan geen enkele concessie gedaan wordt – ook dit soort

initiatieven maken van de Operadagen Rotterdam zo'n leuk, veelzijdig en interessant muziektheaterfestival.
Dick van Teijlingen, Theaterkrant

Thomas Dudkiewicz maakte 2 solo's, die zich sterk lenen voor de internationale ambities van URLAND. Thomas is een van de schrijvers binnen het collectief en ontwikkelt, samen met de andere leden van URLAND een serie solovoorstellingen waarin geluid en beeld zijn filmische monologen fascinerend omlijsten. De eerste voorstelling was *Bobby Baxter - Season 2*, een 'storytelling epos' over een fictief dorp waar met de komst van Bobby Baxter de duisternis meekomt.

Eind 2015 maakte Thomas Dudkiewicz een tweede solo *URLAND presents: Bedtime Stories* die in februari 2016 in première gaat in de Rotterdamse Schouwburg. Voor deze voorstelling ontwierp Marijn Alexander de Jong wederom het licht en Jimi Zoet creëerde, in samenwerking met sound designer Tomas Loos, een ingenieuze acht speaker installatie, die de voorstelling transformeert tot een hedendaags elektronisch hoorspel.

De individuele leden van URLAND waren ieder in Rotterdam betrokken bij uiteenlopende projecten in diverse samenwerkingsverbanden. Marijn Alexander de Jong werkte o.a. mee aan het *Social Image project* van Showroom Mama.

In het voorjaar van 2016 speelt Thomas Dudkiewicz in de tentoonstelling in Witte de With "Relational Stalinism - The Musical" van Michael Portnoy (New York).

Sinds drie jaar maakt Jimi Zoet de muziek voor KOBE. nadat het collectief met succes twee voorstellingen en een play-back dans performance voor feesten had ontwikkeld, groeide de behoefte om met een eigen sound de clubs te bestormen. Door een gedeelde fascinatie voor de urban cultuur in al zijn bizarre uitingen en japanse manga en anime invloeden kwamen de dames al snel bij Jimi uit. Sindsdien is hij vaste componist/producer voor het duo.

De eerste ontmoeting met Wunderbaum was op de Toneelacademie Maastricht. De leden van het Rotterdamse collectief waren in Maastricht in 2011 en zagen daar de *Oktobertragödie*, de tweede voorstelling van onze hand. Ludwig Bindervoet liep stage bij Wunderbaum in dat jaar bij de voorstelling *Onze Paus* (geschreven door Arnon Grunberg) waarna een nauwe samenwerking volgde.

4.3.2 Prestaties 2017 2020: Toekomst visie

We willen in de komende jaren zoals gezegd ieder jaar een grote voorstelling maken. Soms voor de kleine of middenzaal, soms op locatie, soms beide en in 2020 zouden we een voorstelling voor de Grote Zaal willen maken. Daarnaast zullen we in de serie *URLAND doet...* kleinere onderzoeksprojecten, instant acties en performances ontwikkelen die te zien zullen zijn op uiteenlopende podia en festivals.

Tot slot streven we er naar om onze stukken op repertoire te houden. Vooral internationaal is er veel belangstelling voor *Explorer* en *Kwartet* maar er moet lang vooruit worden gepland. Ook willen we stukken spelen in de context van conferenties en andere gelegenheden.

Allereerst is er "*URLAND doet ...*", waarmee URLAND zich elk jaar twee weken verdiept in een kunststroming of kunstenaar, zoals Stanislavski, Dada, Artaud of het Tibetaanse Dodenboek, om er vervolgens op een URLANDeske manier een presentatie rond te maken. Ook wil URLAND voor elke jaarlijkse grote voorstelling een *vooronderzoek* doen met aansluitend een presentatie, waardoor we gedurende het hele jaar zichtbaar zijn.

Verder werken we gedurende de gehele vier jaar door aan de game voor ons educatieproject. Doel is niet om elk jaar een nieuwe game te maken (leek ons onhaalbaar), maar het concept per jaar te vernieuwen en uit te breiden.

Programma 2017

ESCAPE FROM BIODOME (werktitel)

Anno 2017, twee jaar na het mythische klimaatakkoord in Parijs, brengt URLAND zijn eigen akkoord met het klimaat. In een beeldende dialoog tussen mens en natuur raast URLAND, met dezelfde kracht als het onstuimig klimaat, over de ravages van de wereld. Tot nu toe heeft URLAND zich vooral op de 'blackbox' gericht, vanwege de totale controle die we over de ruimte hadden. Nu, zes jaar later, durven we het aan om de grote stap naar buiten te maken, en de directe confrontatie aan te gaan met de natuurlijke omgeving. Plan is om een biodome te bouwen op festivals als De Operadagen, Oerol, Boulevard en de Parade, waarin we op een beeldende en muzikale manier onderzoeken hoe slecht het eigenlijk met onze aarde gesteld is. We willen het format en de dramaturgie van een Wagner Opera gebruiken om door te dringen tot het motief waarom de mensen zo arrogant de goden willen tarten en als lemmingen zich naar de afgrond van klimaatrampen laten leiden. We zoeken steun en samenwerking via het netwerk *7 Square Endeavour* waarin de Rotterdamse Schouwburg samenwerkt met 7 internationale pleinen om zo klimaatneutraal mogelijk te worden en het netwerk voor Arts & Climate Change *Imagine 2020* waar de Rotterdamse schouwburg deel van uitmaakt. Doel is om extra fondsen, kennis en speelplekken te verwerven. De eerste contacten zijn gelegd en hoopgevend. We willen onderzoeken of we op de 7 internationale pleinen de voorstelling kunnen brengen.

URLAND doet...

Performances voor de club en Live Art on Demand

URLAND wil de komende periode beginnen met het maken van een performance act voor de uitgaanscene en festivals. Plan is om nieuwe muziek te componeren en live ten gehore te brengen, en er een passende performance omheen te bedenken.

Een ander plan voor festivals is *Live Art on Demand*, waarin we een afgebakende zone op festivals bezetten waarin we op dat moment een installatie of performance creëren.

De kunsten

Een serie korte, heftige multimediale reflecties op voor ons belangrijke radicale en belangrijke bronnen, kunststromingen en kunstenaars als Stanislavski, Dada, de futuristen, Artaud, punk of het Tibetaanse Dodenboek. We willen deze presentaties in uiteenlopende contexten presenteren en deze zullen ook digitaal worden gemaakt.

2018

In 2018 houdt URLAND zich vast aan hetzelfde principe, maar keren we weer terug naar de vertrouwde theaterzaal met *Het Gilgamesj Epos*.

Het Gilgamesj Epos

is een van de oudste literaire werken. De oorsprong van dit heldendicht ligt waarschijnlijk in het Sumerie van ca. 2100 v.Chr. Gilgamesj zelf zou koning zijn geweest in Uruk rond 2620 v.Chr. Het epos werd ontelbare malen overgeschreven en bewerkt en het verspreidde zich over een groot gebied.

URLAND gaat terug naar Uruk, Babylon en Nimrud: het land van Ur. Het oude Mesopotamië (het huidige Irak, Iran en Syrië). Tussen de Eufraat en de Tigris lag de oudste beschaving ter wereld, het land van de Levant dat nu in puin ligt. Het Midden-Oosten brandt en de beschaving lijkt verder weg dan ooit. IS-strijders vernietigen doelbewust de kunstschaten van het oude Assyrische Rijk, om in de eerste plaats onze humanistische Westerse beschaving te tarten. URLAND wil met dezelfde radicale nietsontziende kracht als IS, op de ruïnes van Palmyra, het Gilgamesj Epos propageren. Tegenramen. Terreur van de Kunst. Dictatuur van de performance. We willen een politiek statement maken over de dunne lijn tussen terreur en vrijheidstrijd, het menselijke tekort, het belang van traditie, kunst, en het vertellen van verhalen.

URLAND doet...

Festival

URLAND is uitgenodigd om jaarlijks een voorstelling te maken voor de Parade in Rotterdam, die ook op andere festivals en events te zien kan zijn. Uitgangspunt voor de muzikale voorstelling is om te vertrekken van onze mini-serie *De kunsten* en als een sneltrein een hardcore-college radicale kunstgeschiedenis met een onvoorspelbaar einde het publiek te laten meemaken.

Nacht der Collectieven II

In 2016 maken we met onze collega collectieven en generatiegenoten BOG, Lars Doberman en de Nineties Producties de eerste Nacht van de Collectieven. Dat doen we in Amsterdam. Het idee is echter elke editie in een andere stad te organiseren. We zijn al in gesprek met de Rotterdamse Schouwburg voor de volgende editie. De afspraak is om in 2018 weer bij elkaar te komen, twee weken intensief te werken en dan in een bijzonder event vol tekst, vertier, muziek en theater het geluid en de ziel van onze tijd te delen met een groot publiek dat deze marathonvoorstelling kan meemaken, als bezoeker en als deelnemer.

Christmas B.C.

We sluiten 2018 af met een nieuwe solo van Thomas Dudkiewicz. Een live kerst hoorspel. Over Kerst Voor Christus. Religie zonder God. Gevolg zonder oorzaak. Een mix van 'ELF', *The Matrix* en *The Gladiator*. In tegenstelling tot de vorige verhalen, zal deze solo meer weg hebben van een one-man-musical in plaats van een radio hoorspel.

2019

In 2019 starten we ons allereerste community project en doen we alsof het niets is onze eerste Shakespeare, Hamlet nog wel. In het Klingon. Met die-hard *Trekkies*, Star Trek fans.

The Klingon Hamlet

(volledige titel: *The Tragedy of Khamlet, Son of the Emperor of Qo'noS*) is een vertaling van William Shakespeare's *Hamlet* in het Klingon, een verzonnen taal die voor het eerst te horen was in de televisieserie Star Trek. De Klingon is een fictief mensachtig krijgersras dat al sinds het begin van Star Trek in 1966 een grote rol speelt in de series en films.

Het stuk is vertaald door Nick Nicholas en Andrew Strader van het "Klingon Shakespeare Restoration Project". Het idee voor de vertaling kwam van een zin uit de film *Star Trek VI: The Undiscovered Country*, waarin Klingon kanselier Gorkon verklaart dat je Shakespeare pas echt ervaren hebt als je het in origineel Klingon leest. Volgens kanselier Gorkon was Shakespeare eigenlijk een Klingon, en heette hij "Wil'yam Sheq'spir".

Star Trek is eerder al een grote inspiratiebron geweest voor ons werk in het verleden vanwege de vormgeving en utopische toekomstvisie. Minstens net zo interessant is de enorme fancultuur die om de series heen hangt. Fans noemen zichzelf "Trekkies" en zijn over het algemeen behoorlijk fanatiek in hun fandom. Het feit dat Shakespeare's Hamlet is vertaald in het Klingon spreekt wat ons betreft boekdelen. Al sinds *De Gabberopera* zijn we gefascineerd door subculturen. We dompelen ons er in onder en maken een gestileerde vertaling naar de vloer. Deze keer willen we het echter anders aanpakken. In plaats van dat wij ons voordoen als Trekkies leek het ons passend om met echte die-hard fans te gaan werken. Fans die het Klingon beheersen en de fictieve geschiedenis op hun duimpje kennen, zodat we een groter verhaal kunnen vertellen over toewijding en groepscultuur. Het idee is dat de Trekkies spelen en dat wij de regie, vormgeving en muziek op ons nemen. We zijn in gesprek met internationaal curator Maaïke Gouwenberg over een residentieplek in New Orleans, maar in principe kan het

stuk met Trekkies over heel de wereld uitgevoerd worden. En zal uiteraard een Rotterdamse première kennen.

URLAND doet...

Festival

URLAND is uitgenodigd om jaarlijks een voorstelling te maken voor de Parade in Rotterdam, die ook op andere festivals en events te zien kan zijn. Wat de voorstelling gaat zijn weten we nog niet. Wellicht wordt het een spin-off van de Nacht der Collectieven, een voornemen om met collectief Lars Doberman samen iets te doen, maar het kan ook een *Star Trek Silent Disco* zijn met Klingon deejays.

Overig

Andere acties en stukken en samenwerkingen zijn nog niet vastgelegd. De actualiteit laat zich niet zover van te voren kennen.

2020

Het begin van 2020 zal in het teken staan van een nieuwe voorstelling, een tweede locatievoorstelling, zo het wil. In samenwerking met Lizzy Timmers maken we *De Gangster L.A.R.P.*

Gangster L.A.R.P.

De Rotterdamse theatermaakster Lizzy Timmers heeft ons een tijdje terug benaderd met het idee om een LARP (live action role playing) voorstelling te maken, op locatie in Rotterdam. Een LARP is doorgaans een evenement waar deelnemers zich verkleden als personages uit fantasy werelden en dan veldslagen naspelen. Het idee is vooralsnog dat de bezoekers van de voorstelling een Gangster LARP instappen, uitgedost in bontkraagjassen en politiepakken, en een missie krijgen bijvoorbeeld 'het geld op te halen'. Tijdens die opdracht ontvouwt zich een ervarings voorstelling die de grenzen van larping, gangster verheerlijking en realiteitsbeleving opzoekt.

Eind 2020 is het dan eindelijk tijd voor de grote zaal. We denken dat we tegen die tijd ons publiek dermate hebben uitgebreid dat we dit aankunnen. Met de voorstelling "*Badgasten van Laios*" bestormt URLAND de grote buhne.

Badgasten van Laios (nagesynchroniseerde Italodisco recreatiehorror.)

Een Giallo (italiaanse horror) Italo thriller, over vier zongebruinde badgasten uit de VS die op vakantie zijn in een zonnige badplaats (Mexico/Griekenland/Italië/Spanje) die een moord meemaken/begaan. Een gebeurtenis die verstreckende gevolgen heeft voor hun skivakantie een paar maanden later.

De voorstelling bestaat uit twee delen. Het eerste deel speelt zich af op een zonovergoten strand met cocktailbar, het tweede deel op een besneeuwde skipiste met skihut. Halverwege de

voorstelling transformeert het decor door middel van een flinke sneeuwstorm en het omdraaien van de cocktailbar. De voorstelling zal, net als onze tweede voorstelling 'De Oktobertragödie' (2011, Toneelacademie)⁴ volledig nagesynchroniseerd zijn. Dit doen we om een gevoel van een slecht gesynchroniseerde televisieserie na te bootsen, en daardoor de concrete dialogen een vorm van abstractie mee te geven. Ook merkten we bij 'De Oktobertragödie' al dat het, naast dat het soms zorgt voor de nodige humor, ook zorgt voor een hallucinante, duistere sfeer die het gevoel opwekt dat de werkelijkheid langzaam uit elkaar aan het vallen is. Het verschil met 'De Oktobertragödie' is, naast de inhoud natuurlijk, dat de tekst dit maal volledig in het Amerikaans zal worden gedubt, in tegenstelling tot het Duits van 'De Oktobertragödie'. De ambitie van URLAND is om met 'De Badgasten van Laios' de grote zaal in te gaan, aan het einde van dit vierjarenplan. Al een aantal jaar is URLAND eigenlijk te groot voor de kleine zaal. Onze voorstellingen barsten letterlijk en figuurlijk uit hun voegen. We zullen ook onderzoeken of *EXPLORER* geschikt kan worden gemaakt voor de grote zaal.

URLAND doet...

Festival

URLAND is uitgenodigd om jaarlijks een voorstelling te maken voor de Parade in Rotterdam, die ook op andere festivals en events te zien kan zijn. Wat de voorstelling in 2020 gaat zijn weten we nog niet. We noemden al wat mogelijkheden.

Overig

Andere acties en stukken en samenwerkingen zijn nog niet vastgelegd. De actualiteit laat zich nog steeds niet zover van te voren kennen.

4.3.3. Publieksbereik

Over publiek en het geheim van marketing

URLAND behoort tot de generatie millennials (1980-2000). De eerste generatie die opgroeide in een online wereld. Dit is ook de generatie die het werk van URLAND graag ziet (of zou moeten zien) en zich aangesproken voelt tot de onderwerpen die URLAND met zijn performances agendeert. URLAND bouwt aan een eigen publiek. De voorstellingen worden ontvangen als experimenteel, radicaal, spannend en - door het gebruik van hedendaagse beeldcultuur - toegankelijk voor een breed publiek. Belangstelling voor het werk vindt URLAND naast een jonge publieksgroep in het uitgaanscircuit en film en kunstliefhebbers bij collega- theatermakers, critici en kunstenaars die net als URLAND op zoek zijn naar nieuwe theater- en kunstvormen. We hadden het er al vaak over in dit stuk. Daarnaast vindt URLAND respons bij een hybride groep mensen die geïnteresseerd en/of werkzaam zijn in technologische innovatie, computertechnologie, digitale muziekstromingen, filmwereld, beeldende kunst en wetenschap.

⁴ Zie bijlage

Maar komen al deze mensen ook? Ons publiek is tot nu toe in de eerste plaats het 'heavy user' theaterpubliek in Rotterdam en daarbuiten. En iedereen van de nieuwe hierboven genoemde potentiële publieksgroepen die komt is enthousiast over URLAND. Maar hoe haal je ze binnen?

Het geheim van succesvol publieksbereik is dat er geen geheim bestaat. Net als economie heeft iedereen er verstand van en niemand kan, zeker in deze tijd, de vinger leggen op hoe theater- en kunstmarketing echt moet worden bedreven. In de eerste plaats omdat theater en kunst *niche-markten* zijn. Het is relatief eenvoudig om het bestaande expert-publiek te trekken. Maar het is heel erg moeilijk om de markt te verbreden naar potentiële publieksgroepen buiten de bestaande doelgroepen. Dat heeft te maken met het feit dat in deze digitale tijd er een overaanbod aan mogelijkheden is waar we voortdurend mee worden geconfronteerd. Mensen zijn in staat om een cocktail van 'producten' in lifestyle, mode, cultuur en entertainment samen te stellen die bij hen past en waar ze identiteit aan ontlenuen. Daarin laten ze zich onbewust en bewust sturen en leiden door iconen en frames, die geraffineerd vraaggestuurd zijn. En kunst is dat maar ten dele. Potentiële cultuurbezoekers zijn bovendien druk en willen vooral nog naar bijzondere evenementen. Er zijn maar weinig avontuurlijke mensen die risico's willen nemen door naar een onbekend concert of voorstelling te gaan. Risico neemt men op het internet. Dat is snel, goedkoop en wegzapbaar. Als je voor iets moet betalen, reizen, wachten en niet weet wat je krijgt voorgeschoteld vraag je veel van mensen. Daarom verkopen grote namen en events heel erg goed. Het slachtoffer zijn gemiddelde projecten en events. Leon Ramakers, oprichter van Mojo, zei ons eens dat er maar twee succesvolle lijnen zijn. Een mega-event of een bijzondere kleinschalige ervaring in een niche. En daar komt nog bij dat kunst zoals wij die willen maken authentiek is en zeggingskracht zoekt in complexiteit en radicaliteit en eigenheid. En hoe je dat precies doet en moet ontwikkelen weet echt niemand. En toch gaan we dat doen. Omdat URLAND de potentie heeft dit te kunnen veroorzaken omdat we op de rand staan tussen de theatercultuur en de muziek- en *digital native* cultuur en onze generatiegenoten kennen. Met alle kennis, data, energie en intuïtie die we kunnen mobiliseren. Het gaat om de juiste verhouding tussen authenticiteit, zeggingskracht en energie om in contact te zijn en te investeren in zichtbaarheid.

Terugblik op publieksbereik vanaf 2013

Sinds 2013 verliep de productie, de verkoop, de zakelijke leiding en de marketing via het kantoor in de Rotterdamse Schouwburg. URLAND heeft gebruik gemaakt van de expertise van het Productiehuis en heeft zich volledig kunnen focussen op de artistieke ontwikkeling. Hierdoor is er geen nauwkeurig bestand van doelgroepen en geografische spreiding van potentieel publiek bekend voor onze voorstellingen over de afgelopen twee jaar. Wel is er uitvoerig onderzoek gedaan naar het publiek van het Productiehuis Rotterdam. Via de bezoekers bestanden van de Rotterdamse Schouwburg kregen we enig inzicht in ons publiek. Ook kregen we een steeds beter beeld van de Rotterdamse cultuurliefhebber in het algemeen zoals bijvoorbeeld te lezen is in de publicatie van Rotterdam Festivals en EMC Cultuuronderzoeken. De Rotterdamse cultuurliefhebber is vooral hoogopgeleid en tussen de 25 en de 50 jaar.

URLAND maakte de afgelopen drie jaar 5 presentaties die geproduceerd werden door en speelden bij het Productiehuis. URLAND speelde in totaal 15 keer in de Schouwburg in seizoen 2013-2014 en 2014-2015 met een totaal publieksbereik van 5136 toeschouwers in Nederland en buitenland waarvan 2103 in de Rotterdamse Schouwburg. Op basis van het rapport van Rotterdam Festivals en EMC kunnen we constateren dat het behaalde publiek in Rotterdam zich voor een groot deel bevindt in de doelgroep van de *Stadse Alleseter*, hoogopgeleid, breed geïnteresseerd en tussen de 25 en de 50. Wat we ook kunnen constateren is dat ons beoogde potentiële publiek nog te weinig komt. Er valt nog veel te investeren in het verleiden van jonge bezoekers van onze generatie, die wel naar clubs, beeldende kunst, festivals, musea gaan en van uitgaan houden. Een probleem daarbij was en is, zo blijkt uit onderzoek, dat de prijs en het imago van 'het theater' een belemmering zijn.

URLAND wil investeren in het behouden van het geïnteresseerde publiek en zich, meer dan we al deden, gaan richten op jongere generaties. Omdat wij denken dat er in Rotterdam een grote groep potentiële toeschouwers in deze leeftijdscategorie te vinden is en onze hedendaagse beeldtaal hier naadloos op aansluit.

Ons *prestatieraster* is elders in deze aanvraag opgenomen en voorzien van een toelichting. We willen 9150 bezoekers bereiken gemiddeld met gemiddeld 80 speelbeurten per jaar. Hierin zijn we zeer afhankelijk van de mogelijkheden van podia en festivals, de conjunctuur en de investeringen van onze stakeholders.

De theaters zijn onze hub naar publiek

Essentieel in de marketing en communicatie is de relatie met de theaters. Het is in de eerste plaats hun publiek en hun stad die moet worden geattendeerd op de komst van onze voorstelling. Niemand kent de stad beter dan het theater. Tegelijkertijd denken wij dat we via online media en omdat we zijn wie we zijn een potentieel kennen. Samen met de podia en festivals willen we daarin investeren. URLAND zorgt voor distributie van materiaal aan tournee-theaters, zoals foto's, tekst, beeldmateriaal, posters en flyers. Theater Rotterdam en de tournee-theaters zullen op hun beurt deze *content* verspreiden aan de hand van een vooropgezette marketingplanning. Door de samenwerkingen met verschillende organisaties in andere steden dan Rotterdam en het netwerk van ambassadeurs bouwt URLAND aan een groot netwerk door het hele land.

Via Rudolphi: partner in verkoop en marketing

Vanaf 2016 acteert Via Rudolphi als coproducerende partner voor de verkoop van *De Internet Trilogie* om het aantal speelbeurten te vergroten, en te helpen het bestaande publiek mee te nemen en nieuw publiek te vinden. Marijn en Jimi gingen met hun afstudeerperformance 'Tickle Me Pink' al met de 'Best of Its' op tournee, en sindsdien is er een warm contact met Maarten van der Cammen. We hebben Maarten gevraagd om ons, naast de verkoop van de voorstellingen van zakelijk advies te voorzien. Maarten is zeer ervaren in het ondernemerschap,

en daarmee de gedroomde coach; hij zal ons intensief begeleiden op zakelijk vlak in de komende 4 jaar. Daarbij denken we met Via Rudolphi als partner sterker te staan als het gaat om de zichtbaarheid van URLAND in het Nederlandse vlakke vloeren circuit, het aantal speelbeurten vergroten en het aanboren van nieuw publiek buiten de Randstad.

Clusterverkoop

Via Rudolphi is de eerste stap in ons plan. Daarnaast zijn we bezig met het opzetten van een verkoop lijn aan de theaters in de vorm van clusterverkoop met verwante theatermakers zoals Naomi Velissariou en KOBE. Meerdere theaters zijn inmiddels warm gemaakt voor onze plannen waarin we een hele week het theater bezetten en contextprogramma's en een feest aanbieden, naast de voorstellingen die we daar spelen. Op deze manier kunnen we ervoor zorgen dat het niet bij een eenmalige ontmoeting met ons werk blijft maar we ook de ruimte kunnen bieden voor mond tot mond reclame omdat we merken dat dit vooralsnog de meest overtuigende marketingstrategie is. Theaters waarmee we deze lijn willen uit zetten zijn: De Rotterdamse Schouwburg, Rotterdam - Theater Kikker, Utrecht - Frascati, Amsterdam - Theater aan het Spui, Den Haag - Grand Theatre, Groningen - Verkadefabriek, Den Bosch en Generale Oost, Arnhem.

Internationale markt

Voor de internationale ambities van URLAND vinden we aansluiting bij Theater Rotterdam. Door het internationale karakter en de contacten van o.a Johan Simons leggen we onze voorstellingen voor aan programmeurs waar we mee in aanraking komen. De eerste gesprekken zijn gestart om de gehele *Internet Trilogie* te spelen op de Ruhrtriennale in Duitsland. 16 april j.l staan we op als openingsvoorstellingen op Poparts in Amsterdam waar tevens de IETM meeting plaatsvindt dit jaar. De zaal zal gevuld zijn met internationale programmeurs waar URLAND graag mee in contact komt. Daarnaast is URLAND's bestuur dit jaar aangevuld met Annemieke Keurentjes (programmeur Holland Festival) en Maarten Verhoef (die de internationale belangen van Orkater vertegenwoordigt). Hun beider internationale netwerk kan URLAND helpen zelf voet aan de grond te krijgen, zowel in Europa als transcontinentaal.

Investeren in Rotterdam

Naast de publiciteit die gericht zal zijn op de producties, zal er ook een lange lijn worden uitgezet die zorgt voor de bekendheid van URLAND, allereerst binnen Rotterdam. Dat is ten slotte onze standplaats en daar wil URLAND binding en draagvlak creëren. De samenwerking met Theater Rotterdam is hier een belangrijk aspect van. Het vertrouwen dat zij hebben in URLAND stralen ze uit naar het theaterpubliek en dat is belangrijk voor een groep jonge makers. URLAND werkt op dit moment al samen met een aantal Rotterdamse initiatieven en instellingen (o.a Showroom MAMA, Derde Dinsdag, Witte de With, TENT, Worm, LP2, BAR, Blijdorp Festival) en is van plan deze samenwerkingen in de toekomst te intensiveren. Ook

wordt er nauw samengewerkt met mede theatermakers uit Rotterdam (KOBÉ, Club Gewalt, Macabre, Theater Rotterdam) om ons gezamenlijke publieksbereik in de stad te vergroten.

De afgelopen twee jaar is URLAND drie keer te gast geweest bij *De Derde Dinsdag*, een reizend cultureel initiatief van meerdere Rotterdamse kunstinstellingen om hun aanbod van de komende maand te presenteren. Na een goede respons bleek dit een fijne plek om in Rotterdam aankondigingen te doen van het komend werk van URLAND. Plan is dit de komende vier jaar aan te houden, door minimaal twee keer per jaar aanwezig te zijn met een nieuw plan.

Een ander plan is om gretig gebruik te maken van de informatie schermen in Rotterdam. Deze schermen, van hoogwaardige resolutie, zijn overal rondom Rotterdam Centraal, Schouwburgplein en het winkelgebied duidelijk zichtbaar. Inmiddels zijn de schermen gaan dienen als betrouwbaarheidsfactor, als je op deze schermen staat dan moet het wel goed zijn. URLAND gaat niet daadwerkelijk reclame maken op de schermen maar indirect gebruik maken van haar reikwijdte. Door foto's te maken van de schermen en er vervolgens promotie van URLAND in te photoshopen en deze te delen via sociale media maken we gebruik van de schermen zonder er voor te betalen.

Rotterdam barst van de jonge initiatieven in de uitgaansscene, precies de doelgroep die URLAND wil aanspreken voor haar voorstellingen. Er is veel vraag vanuit deze initiatieven naar theatermakers die de avond vol feest en vertier meer diepte geven. Zo zijn we in gesprek met Blijdorp Festival van CONTRA, waar Marijn eerder dit jaar de promotie video's voor maakte, om een theatrale bijdrage te leveren. URLAND wil dan ook speciaal voor dit soort gelegenheden een performance bedenken. Vorig jaar stond URLAND al op Down the Rabbit Hole, het kleine zusje van Lowlands. Twee jaar geleden stond URLAND met *House on Mars Pixelrave* op Lowlands en speelde er voor 1000 man in de Juliette.

We zijn aan de slag met het het bij elkaar brengen van sleutelfiguren uit innovatieve omgevingen en verschillende disciplines, die we tegenkomen in ons werk en onderzoek, en die we willen vragen om *ambassadeur* te worden. Door middel van bijeenkomsten willen we deze mensen vaker ontmoeten, ook om in een vroegtijdig stadium ideeën uit te wisselen en mensen enthousiast maken voor URLAND en hun netwerk aan te spreken.

Marketing en publiciteits instrumenten die we gaan inzetten

Onze website *Urland.nl* willen we in 2017 moderniseren en *mobile first* maken. De site wordt bezocht door veel nieuwe bezoekers per dag en heeft daarmee een groeiend bereik. We willen onze website meer in gaan zetten de komende jaren en deze ook meer interactief maken.

We maken actief gebruik van *social media*. Er wordt een campagne opgezet die parallel loopt aan de inhoudelijke lijn op Facebook / Instagram / Internet in de vorm van filosoferende memes

en een constante stroom van inspiratiebronnen die tijdens het maakproces worden gedeeld met het publiek om zo een betrokkenheid te creëren onder de 'followers'.

De lijn die we uitzetten op sociale media is per medium verschillend. Daar waar een normaal marketing plan uitgaat van synchroniciteit gaat URLAND uit van diversiteit.

We benaderen *Facebook* als een blog door het regelmatig posten (minstens. 2-4x per week) van foto's, video's en uitnodigingen. Wij hebben op Facebook 1500 volgers (650 in Nederland, waarvan 290 in Rotterdam, de rest van de volgers (55%) komen uit de UK, Duitsland, VS, Frankrijk, België). De posts hebben een bereik van 1020 mensen.

Video speelt een steeds belangrijker rol op Facebook en andere sociale media⁵, alles wat op ons youtube kanaal wordt gepost zal via dit medium gedeeld worden.

Ook is cross-spamming een manier om ons bereik te vergroten, waarbij we berichten delen van Rotterdamse events en vice versa.

Instagram zetten we in voor fotos van bezigheden van alledag, repetities, Indrukken en Selfies. We hebben 250 volgers met op iedere foto reactie van 15 tot 30 mensen. We houden voor dit medium een reality lijn aan, of, zoals het URLAND betaamt, een gemodificeerde reality lijn. We posten foto's van dagelijkse bezigheden en uiteraard selfies selfies en nog meer selfies. Twee keer per week komt er een foto langs die gefotoshopt is. Op deze foto is steeds een URLANDer te zien in een uitzonderlijke situatie of met een prominente bekendheid.

Onze *Twitter* account is groeiende, op dit moment staat de teller op 250 volgers.

We posten regelmatig gedachtes en berichten over het maakproces. Komend maakproces, dat van Internet of Things, experimenteren we met filosofische oneliners en actuele waarschuwingen van wetenschappers als Stephen Hawking over het gevaar van A.I.

LinkedIn gebruiken we voor onze nationale en internationale connecties als een online visitekaartje. Op dit moment hebben we 250 connecties. We hebben een *Blog Tumblr* gelinkt aan Instagram en Twitter (350 volgers)

Belangrijk is onze *Digitale nieuwsbrief* die per e-mail wordt verspreid aan 700 volgers. Ons streven is dit aantal in de aankomende twee jaar minimaal te verdrievoudigen.

In deze digitale nieuwsbrief staan aankondigingen van voorstellingen, actualiteit en individuele prestaties.

URLAND gaat actief photoshoppen.

We leven in een wereld waarin niets is wat het lijkt. Onze dagelijkse werkelijkheid die zich voor een groot deel online afspeelt, is vaak maar een interpretatie van wat er daadwerkelijk gebeurd is. Precies op deze manier wil URLAND gaan werken. Niet bezig zijn met wat er daadwerkelijk gebeurd is, maar door het manipuleren van de werkelijkheid. We gaan recensies herschrijven

⁵ <http://nymag.com/following/2016/01/future-of-video-is-a-wonderful-mess.html>

en onszelf sterren toekennen. We gaan actief onze online voetafdruk reorganiseren. We verhogen de kunst van het weglaten tot een ongekend niveau. Alles wat ouder is dan twee jaar en een online bestaan heeft, moet wel waargebeurd zijn. Foto's uit de oude doos worden voorzien van een nieuwe waarheid. We willen foto's van onszelf uit repetitieprocessen en werkoverleggen manipuleren, zodanig dat het lijkt alsof prominenten uit het theaterlandschap en showbizz iets met ons te maken hebben gehad.