

# Het belang van de sponsor

**Anita Twaalfhoven** Iedere schouwburg in Nederland staat voor de vraag: gaan we voor volle zalen of leven we ons uit in artistieke idealen? Hoe gaat Hendrik Wassenaar, schouwburg-directeur in Scheveningen, om met dit dilemma?

‘Joop van den Ende kocht het gebouw van het Fortis Circustheater in Scheveningen indertijd voor één euro van de gemeente’, vertelt directeur Hendrik Wassenaar. ‘Het was een nostalgisch circus waar leeuwen, tijgers en olifanten in de piste rondliepen. In de loop van de tijd was het in verval geraakt en het stond dan ook op de nominatie voor de sloop. Het ging voor een symbolisch bedrag van de hand, met de kanttekening dat de koper er nieuw leven in moest blazen.’

Dat is gelukt. Het theater is nu, met 1800 stoelen, het parapedaardje van Stage Entertainment. Hier staan grootschalige musicalshows als *The Phantom of the Opera*, *Aida*, *The Lion King* en *Tarzan*.

Wassenaar is enthousiast over *Tarzan*, de musical die sinds april in zijn theater speelt, met Chantal Janzen en Ron Link in de hoofdrollen. ‘*Tarzan* is vorig jaar in première gegaan op Broadway en daarna was in Scheveningen de

Europese première. Dat is uniek, want meestal gaan musicals van dit formaat eerst langs de grote theaters in Amerika en Londen. Disney Theatrical Productions, de drijvende kracht achter de musical, heeft ons bovendien veel vrijheid gegeven. Het theater is in de afgelopen tijd compleet verbouwd, tot een indrukwekkend oerwoud. Maar ook inhoudelijk is de musical veranderd en verbeterd. Leuk is ook dat Phil Collins, die zowel de muziek als de liedteksten heeft geschreven, er steeds nauw bij betrokken is gebleven.’

Welke afwegingen maakt Wassenaar als het gaat om de programmering van het theater? ‘Ik ben geen theaterdirecteur in de traditionele zin van het woord. In die zin dat ik alleen zijdelings verantwoordelijkheid draag voor de programmering.’ Die is de komende tijd, met acht maal per week *Tarzan*, overzichtelijk. Alleen de maandag is vrij voor ‘Theater à la Carte’. ‘Dan treden artiesten op als René Froger,

## Anita Twaalfhoven

is hoofdredacteur van *Boekman* en stafmedewerker van de Boekmanstichting

Tineke Schouten of Acda & De Munnik. Mensen die een zaal aankunnen van 1800 mensen.’ Zijn taak ligt vooral op het zakelijke vlak en is niet los te zien van de creatieve industrie rond Joop van den Ende. De musicals zijn onderdeel van Van den Ende Theaterproducties, dat zowel staande als reizende voorstellingen produceert. Het theater maakt, net als het Beatrix Theater in Utrecht en de Theaterfabriek in Amsterdam, deel uit van Stage Entertainment. Dat is een internationaal bedrijf met wereldwijd niet minder dan 33 theaters en 5000 medewerkers in dienst.

### ‘Tarzan’ en ‘The Wiz’

Wassenaar: ‘Onze theaters zijn niet-gesubsidiëerde, commerciële bedrijven en dan moet je creatief zijn om uit de kosten te komen. Daarom zijn er ook de “sales en evenementen”, met de verhuur van ruimtes voor productlancerings, vergaderingen of kleine bijeenkomsten.’ De relatie met sponsors speelt een belangrijke rol: ‘Onze hoofdsponsor is Fortis, niet alleen voor het gebouw, maar ook voor de producties. Aan *Tarzan* zijn verder sponsors als Canon, Zanussi en Campina verbonden. Zij krijgen in ruil vrijkaarten, een naamsaanduiding in de publiciteitsfolders en in het theater lichtbakken met hun logo of een *plaque d’honneur* met de naam van het bedrijf.’

‘De vraag “hoe kunnen wij elkaar helpen” is steeds het uitgangspunt bij de relaties met onze sponsors. Zo zijn er ook partnerships met hotels in de omgeving, die speciale arrangementen aanbieden met een overnachting, diner en toegangkaart voor de musical. En met Brand bier is er bijvoorbeeld de afspraak om alleen hun bier te serveren, zodat zij het merk bij ons in het theater kunnen etaleren. Het aantal miljoenen dat je in een productie steekt is zo hoog dat je er ook iets anders tegenover moet zetten.’

Hoe krijgen ze, acht maal per week, een zaal van 1800 stoelen vol? ‘Een musical als *Tarzan*

introduceren we zo’n drie maanden van tevoren. Door de pers voor te bereiden met een persreis naar Broadway of de hoofdrollen bekend te maken. Daarmee wakker je alvast iets aan bij het publiek. De grote massa bereik je natuurlijk door heel veel aandacht in de landelijke media. Daarnaast proberen we bij elke musical ook nieuwe wegen uit. Zoals de actie met Albert Heijn, om zegeltjes te sparen voor toegangskaarten voor *The Wiz*. Het was een groot succes, ze hebben nog nooit zo veel kaarten verkocht in zo’n korte tijd.’

Het kweken van een musicalpubliek is een proces van jaren geweest, vervolgt Wassenaar. ‘Joop wilde het Nederlandse publiek in aantaking brengen met de grote musicals in de wereld. Daarin was hij de eerste, en je kunt de marketing rond de musicals zien als een vorm van educatie. Zo moet het publiek ook een band opbouwen met de artiesten. Daarom is het belangrijk dat de musicalartiesten bij voorkeur voor een langere periode aan het bedrijf verbonden blijven. Mensen als Simone Kleinsma, Danny de Munk of Chantal Janzen zijn onder de vleugels van ons bedrijf begonnen. Wij zoeken ook steeds nieuw talent. Zo zien we in Ron Link, hoofdrolspeler in *Tarzan*, de potentie om uit te groeien tot een grote ster.’

‘Joop van den Ende heeft achter de schermen nog steeds een flinke vinger in de pap. Hoog in het vaandel staan bij hem de zorg voor de gast, de kwaliteit van het aanbod en de passie voor het theatervak. Hij heeft Broadway naar Nederland gehaald en de grote musicals zijn nu met meer dan 2,5 miljoen bezoekers per jaar niet meer weg te denken uit het theaterlandschap.’

onder: Hendrik Wassenaar;  
rechts: Fortis Circustheater

