

# FIRMA FRICTIE

Beleidsplan 2023 - 2024



© Moon Saris

## Introductie

Op 18 november 2021 richtten Stella van den Sigtenhorst en Lusanne Arts Stichting Firma Frictie op. Met deze stichting maken zij professionele theaterproducties voor op locatie, festivals en in de zaal.

Schaamteloos en vol lef maakt Firma Frictie voorstellingen over het aangaan van het leven en de daarbij behorende ongemakkelijkheden. In plaats van dat te vermijden maakt Firma Frictie daar persoonlijke tragikomische voorstellingen over voor jong en oud. De voorstellingen zijn een feest van herkenning en tegelijkertijd een uitnodiging om ons ongemak en de menselijke imperfectie te vieren. De angst en de ongemakkelijke lach voorbij, maakt Firma Frictie theater wat daadwerkelijk ook kwetsbaar mag zijn. Waardoor het openbreken van gevoelens, die normaal onder de oppervlakte blijven, laagdrempeliger wordt. Het maakt een andere kijk of een herwaardering op het thema, veelal rondom mentale gezondheid, bespreekbaar.

Met de oprichting van de stichting kunnen wij Firma Frictie verder ontwikkelen en professionaliseren. Na afgelopen jaren meerdere (vaak kortere) voorstellingen te hebben gemaakt in samenwerking met het Café Theater Festival en Garage TDI, heeft Firma Frictie in 2022 voor het eerst zelf een lange voorstelling geproduceerd; *Kan het wat stiller*. De succesvolle koers die hiermee ingezet is, wil Firma Frictie de komende jaren doortrekken zowel op artistiek, organisatorisch als zakelijk gebied. Verder zullen zij investeren in het opbouwen van duurzame relaties met partners en publiek. In dit plan worden de activiteiten en doelen voor het komende jaar verder toegelicht.

INHOUD	2
Over Firma Frictie	4
Het doel van de organisatie	4
Aanpak	4
Stijl	4
De makers achter Firma Frictie	5
Bestuur & Organisatie	6
Samenvatting gegevens	7
Onze doelen voor 2023-2024	8
Populariteit [nieuwe voorstelling]	8
Planning van het project	8
Resultaat	9
Vergroten van bereik [Marketing & Promotie]	10
Zichtbaarheid/ vindbaarheid	10
Bouwen van een community	10
Overige voorstellingen	10
Financiële verantwoording	11
Fondswervende activiteiten	11
Beheer	11
Blik op de toekomst	12
Ontwikkeling	12

## Over Firma Frictie

Stichting Firma Frictie is een Utrechts theatercollectief onder de leiding van Stella van den Sigtenhorst en Lusanne Arts. Sinds 2017 maakt Firma Frictie tragikomische voorstellingen voor volwassenen en de jeugd in samenwerking met jonge regisseurs. Na het maken van de voorstellingen *Doodle your day* (2018) en *Das Totalmensch* (2020) besloten zij om in november 2021 hun activiteiten voort te zetten als stichting.

### Het doel van de organisatie

In de statuten is de volgende doelstelling opgenomen;

*“Stichting Firma Frictie heeft als doel het verbreden en bevorderen van het theaterlandschap door theaterproducties op locatie en in de zaal uit te voeren.”*

Dit is de daarbij horende missie;

*“Firma Frictie maakt vanuit persoonlijke ervaringen theater, voorbij ongemak en angst, om op die manier hun publiek te prikkelen om ongemakkelijke onderwerpen bespreekbaar te maken.”*

Firma Frictie zoekt altijd de ervaring op en maakt theater dat uit het leven gegrepen is, tragikomisch en op momenten ronduit absurd. Of het nu gaat over prestatiedruk, stilteretraites of de maakbare mens, door de absurditeit van hun onderwerpen op te zoeken en radicaal aan te gaan, leggen zij dingen bloot die uiteindelijk actueel en universeel zijn. Het heeft geen zin om daarin half werk te doen, dus in plaats van jarenlange studies, brengen zij zichzelf bewust in (ongemakkelijke) situaties en ervaringen om zo tot de kern van hun onderwerp te komen. De laatste voorstelling *Kan het wat stiller* ging over stilte/rust. Als ervaring en onderzoek ging Firma Frictie daarom op stilteretraite. In hun voorstellingen maken ze vervolgens die ervaringen deelbaar voor het publiek. De onderwerpen bevinden zich vaak op het gebied van mentale gezondheid en het bespreekbaar maken van de daarbij horende taboes.

De voorstellingen van Firma Frictie typeren zich door de persoonlijke en transparante stijl. Daarbij maken de spelers direct contact met hun publiek en spreken ze hen aan op hun gevoelens en hun rol in het verhaal. Hierdoor wordt het publiek geconfronteerd om op een laagdrempelige manier na te denken over zichzelf. Ook zitten de voorstellingen vol zelfspot. Firma Frictie gelooft dat hun voorstellingen vol humor met een serieuze ondertoon breed toegankelijk zijn en een nieuwe publiek aanspreken.

## De makers achter Firma Frictie

Actrices Stella en Lusanne leren elkaar op veertienjarige leeftijd kennen bij Garage TDI in Assen. Hier volgden zij samen een vooropleiding theater en maakten ze samen als pubers hun eerste voorstelling. Nadat ze beiden afgestudeerd zijn aan de toneelschool, Stella in Utrecht en Lusanne in Amsterdam, maken ze bij Garage TDI hun eerste jeugdvoorstelling. Om vervolgens verder te bouwen aan hun andere vier voorstellingen.

Stella en Lusanne geloven dat waar zij mee straggelen niet uniek is, maar staat voor een hele generatie. Dat hun persoonlijke betrokkenheid ten opzichte van het werk zorgt voor een groot belang/noodzaak waar een breed publiek zich in kan herkennen.

De twee vullen elkaar goed aan omdat Stella de concepten bedenkt en zich in het voortraject bezighoudt met het artistieke plan en dat Lusanne in die tijd het productionele en zakelijke deel op zich neemt. Om vervolgens samen het repetitieproces in te stappen.

*Stella (1994) studeerde in 2017 af aan de acteursopleiding van de HKU:*

*"Sinds ik theater maak, kwam ik erachter dat alles vanuit een persoonlijke struggle komt. Dat is een rode draad en persoonlijke noodzaak in het maken en spelen van theater voor mij. Omdat ik binnen Firma Frictie meer de makende kant op me neem, neem ik Lusanne daarin mee. Op die manier vergroten wij onze eigen angsten, zorgen en verlangens uit. En spelen we personages die een uitvergrote versie van onszelf zijn. Door vorm en speelstijl overstijgt het onszelf en gaat het communiceren met het publiek. Dat zorgt ervoor dat ons werk altijd een tikje absurd en humoristisch is. Er is niks meer bevrijdend dan samen met Lusanne onze 'struggles' te spelen en samen het komische en het tragische ervan te tonen.*

*Naast dat ik als actrice in het werk van anderen sta, heb ik de afgelopen jaren ook veel mijn eigen werk gecreëerd. Mijn makerschap heb ik de afgelopen jaren ontwikkeld door verschillende concepten te ontwikkelen en maken met Firma Frictie en door voorstellingen met jongeren te maken en regisseren. Vanuit mijn makerschap geef ik tegenwoordig ook les dit helpt me mijn stijl en smaak over te brengen en verder te ontwikkelen"*



*Lusanne:*

*"Ik vind het te gek om te wroeten in mijn eigen leven, dat theatraal te maken en dat dan op een speelse wijze te delen met het publiek. Wordt er gelachen omdat het herkenbaar is? Wordt er gezwegen omdat het herkenbaar is? Voor mij is het heel belangrijk om niet te ontkennen dat ik weet dat ik speel. Firma Frictie heeft een hele transparante vorm van performen en dat spreekt mij heel erg aan. Ik switch graag tussen Lusanne de actrice en Lusanne het personage. Zo kom je wat mij betreft het beste tot echt contact met je publiek.*

*Als actrice heb ik de afgelopen jaren veel in verschillende locatietheatervoorstellingen gespeeld bij onder andere Festival Karavaan en KASKO en ook in voorstellingen voor de jeugd. Deze ervaringen neem ik mee in Firma Frictie. Naast het creëren ook het produceren. Vaak speel ik in repertoire van een ander en bij Firma Frictie vind ik het fantastisch dat we ons eigen repertoire scheppen."*

*"Je kan bijna niks schrijven of het komt uit je eigen binnenste. En hoe dieper je je eigenste binnenste ontdekt. Hoe meer je merkt, maar dat is niet van mij, dat is niet van mezelf; dat is universeel. Dat hebben alle mensen, dat is een aspect van alle mensen. Hoe persoonlijker je wordt, hoe universeler het wordt."*

Peter de Graef

## Bestuur & Organisatie

Stichting Firma Frictie staat onder de dagelijkse leiding van makers Stella van den Sigtenhorst en Lusanne Arts. Voor het uitvoeren van de dagelijkse werkzaamheden is een doorlopende volmacht getekend. Ook is er een algemeen bestuur. Het algemeen bestuur heeft hierbij een belangrijke toezichthoudende rol. Dit bestuur bestaat uit (minimaal) drie leden waaronder de volgende rollen en taken worden verdeeld:

### Voorzitter

- Monitoren van de voortgang van de uitvoering van genomen besluiten.
- Het voorbereiden en voorzitten van vergaderingen.

### Secretaris

- Maken van de notulen van de bestuursvergadering.
- Bijhouden van actie- en besluitenlijst.

### Penningmeester

- Verantwoordelijk voor het financieel beleid van de stichting.
- Controleren van de jaarlijkse begroting en afrekening (jaarrekening)

Iedere bestuurder heeft bij de besluitvorming het recht tot het uitbrengen van één stem. Het bestuur is in zijn geheel verantwoordelijk voor de besluiten die door het bestuur worden genomen, ook als deze niet met algemene stemmen zijn genomen.

De bestuurders ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden, behoudens eventueel een niet bovenmatig vacatiegeld. Er wordt gestreefd naar minimaal twee keer per jaar een bestuursvergadering. Het dagelijks bestuur (directie) heeft wel recht op vergoeding van de door hen in de uitoefening van hun functie gemaakte kosten, de kosten voor inzet zullen per theaterproject worden begroot.

Naast de directie, die de artistieke leiding heeft, worden er zo nodig zelfstandigen ingehuurd voor de totstandkoming van de activiteiten van de stichting. Deze werkzaamheden zullen per projectplan en in het jaarverslag worden toegelicht en er wordt gestreefd naar een uitbetaling conform het CAO Toneel en dans.

## Samenvatting gegevens

<i>Naam stichting</i>	Stichting Firma Frictie [ook wel Firma Frictie genoemd]
<i>KvK-nummer</i>	84550864
<i>BTW nummer</i>	NL863256004B01
<i>Fiscaal nummer/RSIN</i>	863256004
<i>Vestigingsplaats</i>	Utrecht
<i>Postadres</i>	Ondiep Zuidzijde 209 3551 DN Utrecht
<i>Website</i>	<a href="http://www.firmafrictie.nl">www.firmafrictie.nl</a>
<i>Email</i>	<a href="mailto:firmafrictie@gmail.com">firmafrictie@gmail.com</a>
<i>Bestuur</i>	Ursel van Nunen - Braaksma (voorzitter) Brecht Hermans (secretaris) Karlijn Hemmer (penningmeester)
<i>Directie/ Artistiek leiding</i>	Stella Marloes van den Sigtenhorst Lusanne Pauline Arts
<i>Belangrijke partners &amp; lidmaatschappen</i>	Onafhankelijk Makers Overleg Utrecht Café Theater Festival Utrecht Garage TDI Assen Theater de Tamboer Hoogeveen De Arnhemse Werkplaats ACT Acteursbelangen organisatie

## Onze doelen voor 2023-2024

### Eerste eigen jeugdtheatervoorstelling

Firma Frictie wil in 2023 een nieuwe voorstelling ontwikkelen die bijdraagt aan de doelstellingen van de organisatie zoals eerder beschreven. Om de impact van hun werk te vergroten zullen zij zich hierbij inzetten om hun bereik uit te breiden. Voor het eerst zal Firma Frictie een eigen jeugdtheater voorstelling ontwikkelen. Na de vorige jeugdproducties onder de naam van Garage TDI te hebben ontwikkeld, wil Firma Frictie nu onder eigen naam zijn eigen signatuur binnen het jeugdtheater verder ontwikkelen. Dat begint met de nieuwe voorstelling in 2024 welke gaat over het thema *populariteit*.

### Populair

Eerlijk is eerlijk, op school wilden we allemaal wel graag populair zijn. En misschien willen we dat als volwassenen nog steeds wel, meer dan we durven toegeven. We komen er niet voor uit, want populair worden, dat willen mensen vaak stiekem. Waarom is dat eigenlijk? Is het verkeerd om populair te willen zijn? In de voorstelling *Als ik een ruimte binnenloop wil ik dat iedereen mij leuk vindt* gaan Stella en Lusanne op pad om populair te worden! Ze vragen zich hardop af of populair willen worden iets negatiefs is of dat je dat gewoon kan leren? Tegelijkertijd onderzoeken ze wat de schaduwkanten van populariteit in deze tijd kunnen zijn.

Met deze voorstelling willen we laten zien dat iedereen verlangt naar erkenning en aandacht en ook de schaduwkanten daarvan belichten. Hierdoor hopen we hoe impopulair / verlegen of hoe mondig ook, we het oordeel van die termen kunnen verminderen en een stapje naar elkaar toe kunnen komen. In een maatschappij die steeds mondiger wordt en waar social media ervoor zorgt dat je je eigen populariteit steeds meer kan vergroten, onderzoeken we de impact daarvan en willen we de invloed daarvan op je mentale gezondheid bespreekbaar maken.

### Planning van het project

Vanaf september 2023 zal er worden gestart met de fondsenwerving voor dit project. In het najaar van 2023 zullen er verschillende ervaringen plaatsvinden rondom het thema en zal Stella materiaal gaan maken. In het eerste kwartaal van 2024 zal er een onderzoekswEEK plaatsvinden.

Met voorbehoud van financiering zal er halverwege april vervolgens worden gestart met het repetitieproces van een maand. Eind mei zal de voorstelling in première gaan en zal één jaar lang touren langs verschillende festivals en podia. Er zal een festival versie van de voorstelling gemaakt worden als ook een versie voor in de kleine zaal. In 2025 wordt de voorstelling aangeboden op de presentatiedag van STT Producties waarna de voorstelling gaat spelen op scholen en in theaters.

Voor de ontwikkeling van de voorstelling zal worden samengewerkt met jonge makers, het gaat hierbij om de volgende functies: vormgever, regisseur, dramaturg en componist.

De begroting zal uitkomen op een bedrag tussen de €70.000 en de €80.000. De details hiervan zullen worden uitgewerkt in een projectplan dat op aanvraag in te zien is.



## Resultaat

Zoals in de doelen van de stichting al werd beschreven, hopen wij met deze voorstelling bij te dragen aan een gesprek en reflectie over de thematiek. Om dit kracht bij te zetten zal er worden gezocht naar partners die hierbij kunnen bijdragen, het doel is om hier minimaal één partner bij te betrekken. Verder zullen we waar mogelijk de reacties van het publiek proberen te meten, bijvoorbeeld via de nieuwsbrief. Tot slot, uitgaande van de *Social Impact Theory*, zullen wij hiervoor inzetten op een groot bereik. Wij streven er naar deze voorstelling in totaal minstens 10 keer openbaar te laten spelen en hier 1000 bezoekers mee te bereiken. Bij het samenstellen van de speellijst wordt rekening gehouden met een goede spreiding, zowel geografisch als tussen locatie- en zaalvoorstellingen, om zo een breed publiek te bereiken. Na de festivals en kleine zalen zal de voorstelling verkocht worden via jeugdtheater impresariaat STT Producties. Hierbij streven we naar 3000 jonge bezoekers verspreid over 30 speelbeurten.

## Vergroten van bereik [Marketing & Promotie]

### Zichtbaarheid/ vindbaarheid

We vinden het belangrijk om als nieuwe onderneming onze identiteit verder te ontwikkelen om zo ons te positioneren en te onderscheiden binnen de culturele sector. Om dit te realiseren zullen we met hulp van een marketeer onze huisstijl verder ontwikkelen en een marketingplan voor onze kanalen maken. Belangrijk hierbij is om aandacht te hebben voor ons huidige netwerk en toekomstige partners van de stichting aan te trekken. Het doel is om uiterlijk één maand voor de première een goed (en werkend) communicatieplan te hebben.

Daarnaast willen we om het bereik van de toekomstige voorstellingen te vergroten dit jaar, werken aan onze (online) zichtbaarheid. Vorig jaar hebben wij onze eigen website gelanceerd waar informatie op staat over de speellijst, updates over projecten en aanvullende informatie over thema's binnen onze voorstelling (met links naar partners die daarbij aansluiten). Ook is hier de mogelijkheid om contact met ons op te nemen over de voorstellingen en kunnen partners en bezoekers zich inschrijven op onze nieuwsbrief. Uiteraard zal hier ook plek zijn voor ons beleidsplan, de missie en visie en meer informatie over de stichting. In de communicatie van dit kanaal zullen wij ons vooral richten op het aantrekken van (nieuwe) bezoekers van onze voorstellingen en het bieden van verdere verdieping. De nieuwsbrief is iets waar we in 2023-2024 extra aandacht aan willen besteden. Dit zodat we ons publiek aan ons blijven binden.

### Bouwen van een community

Omdat wij ons niet alleen willen beperken tot de voorstellingsmomenten zullen wij ook tijdens het maakproces actief op zoek gaan naar de verbinding met onze stakeholders. Hiervoor zullen we gebruik maken van het programma Mailchimp om o.a. de fondsen, donateurs, bezoekers en programmeurs maandelijks op de hoogte te houden van onze ontwikkelingen.

Ook wordt in het maakproces de doelgroep 8+ voor onze nieuwe voorstelling betrokken. Om te kijken hoe het onderwerp leeft en wat zorgt voor een extra binding met ons publiek voordat we spelen.

Tot slot willen we investeren in merchandise, dit vergroot de zichtbaarheid en de binding met onze doelgroep. Ook denken wij dat dit kan bijdragen aan het aanzetten tot gesprek naar aanleiding van onze activiteiten/ voorstellingen.

### Drentse Talentprijs Cultuur

In April 2023 heeft Firma Frictie de Drentse Talenprijs Cultuur gewonnen van €2500,-. Ook dit zorgt voor erkenning en zichtbaarheid van onze stichting.

### Overige voorstellingen

In samenwerking met Garage TDI in Assen heeft Firma Frictie eerder de voorstelling *Zoet Water 8+* geproduceerd. Komend jaar zullen zij nog te zien zijn en spelen zij nog door het land. Firma Frictie heeft hier geen financiële binding mee omdat het onder de stichting van Garage TDI is gemaakt. Wel breidt Firma Frictie hiermee hun netwerk en bekendheid uit.

Ook is de voorstelling *Kan het wat stille* komend jaar nog te zien en zal onder andere spelen in een klooster en op verschillende universiteiten. Ook is de voorstelling nog op aanvraag te boeken. Verder ligt de focus op de verkoop van onze nieuwe jeugdvoorstelling.

## Financiële verantwoording

De investeringen voor de oprichting van de stichting hebben de makers uit eigen zak betaald. De kosten van de Firma in 2022 zijn betaald uit de subsidie inkomsten en de uitkoopsommen voor de voorstelling *Kan het wat stiller*. Nadat in het voorjaar van 2023 de verantwoordingen aan de subsidiënten zijn afgerond is deze voorstelling ook zichzelf gaan verkopen. Daardoor staat er nu een positief saldo op de rekening. Het doel is om de komende jaren aan een groter eigen vermogen te bouwen om zo onvoorziene kosten en tekorten in projecten op te vangen. Daarnaast wordt er een reserve opgebouwd voor onderhoud aan bedrijfsmiddelen zoals de website.

### Fondswervende activiteiten

De stichting werkt op projectbasis en zal per project een begroting opstellen. In de projectbegroting worden indirecte kosten en beheerskosten meegenomen tot maximaal 10% van de kosten voor het project. Mocht hier aan het eind van een boekjaar een tekort ontstaan, zullen deze kosten moeten worden gedragen door de directie als mindering op betaalde uren.

De financiering bestaat uit een combinatie van de volgende kanalen:

- verkoop van toegangsbewijzen voor uitvoeringen (via theater) in de vorm van een uitkoopsom of garantie met partage
- reclame maken voor ondernemers in ruil voor geld of goederen (sponsoring/ barterdeal)
- verkoop van clubartikelen zoals petten, shirts, stickers en kalenders (merchandise)
- schenkingen van particulieren
- subsidies

### Beheer

De directie heeft toegang tot de rekening voor het uitvoeren van hun werkzaamheden. Zij schaffen producten voor de stichting en/of de voorstellingen aan. Ook betalen zij de facturen uit aan de ingehuurde creatieve professionals.

Lusanne Arts is verantwoordelijk voor de aangifte omzetbelasting die eens per kwartaal wordt gedaan.

Voor de werkzaamheden van een project kunnen starten stelt de directie in overleg met de penningmeester een projectplan met begroting op, deze wordt bij een vergadering besproken. Pas als er een akkoord wordt gegeven is de directie gemachtigd kosten te maken. Als kosten hoger uitvallen dan begroot en/of er zijn onvoorziene kosten, is de directie zelf aansprakelijk, wel kunnen deze uitgaven met onderbouwing met terugwerkende kracht worden geaccordeerd door het bestuur. Zowel de jaarrekening als de afrekening van een project wordt toegelicht bij een vergadering zodat het bestuur deze kan controleren. Ook zal het directie-bestuur een volledige administratie moeten bijhouden van de inkomsten en uitgaven over de afgelopen vijf jaar (vanaf oprichting) om zo nodig te kunnen controleren.

## Blik op de toekomst

De toekomst ziet Firma Frictie vol energie tegemoet. Het streven is om eens in het jaar een voorstelling te ontwikkelen. Dit kan voor de jeugd of voor volwassenen zijn. Ook is er de wens om coproducten te zoeken om hen bij de voorstellingen te betrekken. In 2024 gaat de eerstvolgende jeugdvoorstelling over het thema populariteit gemaakt worden. In 2025 is het plan om een jongerenvoorstelling te maken over de vrouwelijke cyclus. Firma Frictie gaat voor het eerst zelf jeugdtheater voorstelling produceren en kijkt daar ontzettend naar uit!

## Ontwikkeling

### *Onze positie in het werkveld*

Firma Frictie onderscheidt zich van andere voorstellingen door te starten vanuit de persoonlijke ervaring, hierdoor zijn onze voorstellingen altijd origineel met een grote persoonlijke en emotionele betrokkenheid.

In het maakproces en op de vloer streven wij ernaar om lelijk te durven zijn. Wij willen onszelf als onze personages niet sparen. Hoe meer imperfect je de mens laat zien hoe dichter je tot een kern komt. Door gebruik te maken van uitvergroting weten we zware thema's/onderwerpen met humor toegankelijk te maken. Door de minimalistische uitvoering van onze voorstellingen kunnen wij op elke locatie spelen. Hierbij omarmen wij de locatie en zullen wij de voorstelling telkens iets aanpassen aan de omgeving, bijvoorbeeld in tekst of in de plaats van handeling.

Wij willen de komende jaren onze artistieke signatuur verder onderzoeken in zowel het jeugdtheater als in onze producties voor volwassenen. We willen onze eigen struggles bevragen en vervolgens het komische en het tragische ervan tonen. Zodat we er samen over kunnen lachen en praten. Wij geloven dat hoe schaamtelozer wij onszelf zijn en hoe meer privé wij durven zijn in het openbaar, hoe meer het onderwerp bij ons publiek resoneert.