



MET EEN KLAP TOT STILSTAND

INTERVIEWS: YVON VAN APELDOORN

Stel je voor: Het uitgaansleven stopt, alles gaat dicht, de mensen moeten in hun huizen blijven. Tot voor kort klonk dit als een bizar gedachte-experiment of een slechte grap, inmiddels is het de bittere realiteit. Voor onder andere de culturele sector hebben de maatregelen om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan grote gevolgen. Musea, theaters en poppodia zijn gesloten, evenementen en festivals geannuleerd. Het culturele seizoen is met een klap tot stilstand gekomen. Wat nu?

PERNILLE CLAESSEN ADVISEUR MARKETING & COMMUNICATIE FORUM GRONINGEN

"We waren pas drie maanden open! Op 5 maart ontvingen we de miljoenste bezoeker, een week later was het gebouw ineens dicht en leeg. Het is nauwelijks te bevatten.

De eerste week zijn we vooral druk geweest met het omboeken van tickets en het aanpassen van de programmering, kijken of we dingen konden verschuiven, naar het najaar of naar volgend jaar. Een aantal van de geplande activiteiten gaan sowieso niet meer door, omdat die waren opgehangen aan grote evenementen zoals de Olympische Spelen en het EK-voetbal.

We hebben meteen besloten om van de nood een deugd te maken en de *shutdown* aan te grijpen om nog wat te sleutelen aan het pand. Je komt er pas achter dat sommige dingen niet helemaal lekker werken wanneer het gebouw eenmaal in gebruik is. Maar het is lastig om die dingen op te pakken als er de hele tijd zoveel mensen binnen zijn. Nu kan dat dus ineens wel. Ook de schoonmaakploeg is grondig bezig.

We hebben als organisatie de laatste maanden zo ontzettend hard gewerkt, zoveel overuren gedraaid, dat het ergens wel even fijn is om pas op de plaats te

kunnen maken. Maar het is natuurlijk wel een rare, onzekere periode. Hoe lang gaat dit duren? We gaan er nu nog vanuit dat we op 1 juni weer opengaan, dat we dan in elk geval de bibliotheekfunctie weer kunnen oppakken. We blijven wekelijks communiceren met ons publiek, over het online aanbod. Onze bioscoopfilms zijn bijvoorbeeld te zien via Picl.

Wat me in het algemeen opvalt is hoe makkelijk iedereen zich ineens kan aanpassen. Hoe flexibel mensen eigenlijk zijn. Het is fascinerend; dingen waar we normaal gesproken eindeloos over discussiëren gebeuren nu gewoon."

ANNERIE KNOL THEATERPROGRAMMEUR MARTINIPLAZA

"Het is een hele rare tijd. Voor iedereen. We zitten plotseling in een scenario waar niemand ooit rekening mee heeft gehouden. Toen er op donderdag 12 maart een verbod kwam op bijeenkomsten van meer dan honderd mensen, waren hier net *The Analogues* klaar met opbouwen. De voorstelling was uitverkocht. We voelden natuurlijk al wel dat er iets stond te gebeuren, maar we hadden nog even de hoop dat het over het weekend heen getild zou worden. Maar helaas. *The Analogues* konden weer afbreken. We hebben nog heel even overwogen om het restaurant open te laten voor 99 mensen, maar dat idee hebben we al snel laten varen.

Vervolgens zijn we meteen begonnen met het verplaatsen van voorstellingen. In eerste instantie naar de maanden april en mei; er was immers gezegd dat de maatregelen zouden gelden tot 6 april. Dat werd al snel 1 juni, dus moesten we weer verschuiven. Er stonden voor de komende tijd veel grote shows gepland: *Kinky Boots*, *Hello Dolly*. En in mei drie weken lang de productie *Lazarus*. Die

proberen we nu te verplaatsen naar september. Het ziet er naar uit dat dat gaat lukken, maar het is nog wel spannend, omdat de tour dan officieel al afgelopen is en iedereen waarschijnlijk weer andere verplichtingen heeft.

We zijn strijdvaardig, we gaan er allemaal vol voor, maar we weten natuurlijk niet wat ons nog allemaal te wachten staat. We zijn niet in paniek, maar hebben wel grote zorgen. Naast dat het nu overdovend stil is in het gebouw, terwijl het normaal een van onze drukste maanden is, is het financieel natuurlijk ook een ramp. Alleen al in de periode tot 1 juni hadden we ruim 25.000 kaarten verkocht en dan heb ik het alleen nog maar over het theater, verantwoordelijk voor slechts een kwart van de totale omzet van MartiniPlaza.

We hebben gelukkig heel goed contact met de producenten. Iedereen is over het algemeen heel begripvol en wacht rustig af. En mensen die al kaarten hadden gekocht willen niet massaal ineens hun geld terug, dat is ook fijn."



ROUKE VAN DER HOEK HOOFD MARKETING EN COMMUNICATIE GRAND THEATRE

"Toen het bericht kwam dat bijeenkomsten van meer dan honderd mensen niet meer mochten, hebben we meteen gezegd: dan stoppen we alles. We hebben onmiddellijk de voorstelling van die avond gecancelled; ze stonden al te repeteren in de zaal. In principe hadden we nog kunnen zeggen: we doen het voor tachtig mensen, maar dat voelde niet goed; honderd mag niet, maar tachtig is dan wel oké? Die honderd was natuurlijk ook maar een kunstmatige grens.

We gingen er al vrij snel van uit dat dingen wel eens langer konden gaan duren dan tot de genoemde 6 april, dus we zijn niet als een gek allemaal voorstellingen gaan verplaatsen. Achteraf zijn we daar heel blij om, we hadden wel bezig kunnen blijven. In juni hebben we nog wat activiteiten en voorstellingen op de agenda staan. Misschien kunnen die doorgaan, misschien niet, we wachten rustig af.

Waar we meteen mee zijn begonnen is GT Online; registraties van voorstellingen die eerder in ons theater te zien zijn geweest of die een speciale band met Grand Theatre hebben. Op 20 maart traptten we af met *Through The Valley* van Teddy's Last Ride. Een week later hadden we Jan Martens. Er zijn echt veel mensen op afgekomen, we hadden op een dag 7,5 duizend websitebezoekers. GT Online is gratis, maar ik zit er inmiddels wel aan te denken om de bezoekers om een vrijwillige donatie te vragen, ten bate van de gezelschappen. Alles is meegenomen.

Het gekke is, ik was nog maar net begonnen in deze functie. Dat nu alles stilstaat geeft mij de mogelijkheid om een beetje te acclimatiseren en me wat verder in de theaterwereld te verdiepen. Zo probeer ik het dan nog maar een beetje positief te zien. Maar voor het theater en de gezelschappen is dit natuurlijk een ramp."



KARINA SMRKOVSKY HOOFD COMMUNICATIE, MARKETING & PR GRONINGER MUSEUM



"We hadden net een nieuwe expositie ingericht, over 75 jaar bevrijding in Groningen. Die zou op 14 maart worden geopend met een grote publieksdag, maar ja, toen was het museum inmiddels dicht. Er staat nu dus een spiksplinternieuwe tentoonstelling, die voorlopig door niemand wordt bekeken.

Het is te bizar voor woorden. En het is ook bizar hoe snel we aan een nieuwe realiteit wennen, zelfs als het een realiteit is die bestaat uit onzekerheid: hoe lang gaat dit duren? Wordt alles weer normaal?

We zijn aan het bekijken wat er naar voren geschoven kan worden. Maar dat is niet eenvoudig: exposities staan vaak al heel lang vast, bovendien lenen musea vaak werken aan elkaar uit, die weer terug moeten of weer aan andere musea zijn uitgeleend. Voor de huidige grote expositie *Mondo Mendini* geldt dat ook; er moeten straks werken terug naar Italië, maar dat hele land zit op slot, dus hoe doen we dat?

We zijn vrij snel gaan zoeken naar manieren om bezoekers naar de website te laten komen, zodat ze betrokken blijven en online plezier kunnen beleven aan kunst. We hebben bijvoorbeeld de 'quarantaine doe-tips' bedacht: elke

vrijdag geven we via onze website een opdracht die te maken heeft met de tentoonstellingen die in het museum te zien zijn geweest. De eerste opdracht was: 'Maak je eigen stilleren met spullen die je in huis hebt', gerelateerd aan de expositie *Pronkjewails*. Daarna volgde een fotografie-opdracht, in de stijl van de absurdistische foto's van Teun Hocks. Intussen zijn we ook aan het onderzoeken of en hoe we de mensen thuis onze tentoonstellingen kunnen laten zien, door middel van een virtuele tour langs de werken. We moeten dan iemand de expositie laten filmen, maar dat heeft nog wel wat voeten in aarde. Hoe pak je dat aan, wat laat je zien, wat niet?

Wat ik trouwens super vind is de samenwerking met onze culturele partners in Groningen, zoals SPOT, Grand Theatre, NNO, NNT en ook Marketing Groningen. Het is heel mooi, hoe we de koppen bij elkaar steken om mogelijkheden te verzinnen om het culturele aanbod online zichtbaar te maken en het publiek betrokken te houden."

ARNOUD HEIKENS MARKETING EN COMMUNICATIE VERA

"We zaten middenin een crisisberaad, toen die eerste persconferentie kwam, met de maatregel dat bijeenkomsten met meer dan honderd mensen niet meer door mochten gaan. Er kon meteen een streep door de meeste dingen die we bedacht hadden. We gingen er nog wel van uit dat ons filmhuis open zou kunnen blijven, en dat onze kelderbarconcertjes gewoon door zouden gaan. Maar de volgende dag zaten we alweer bij elkaar en zeiden: 'Dit slaat ook eigenlijk nergens op.' We konden het voor onszelf niet verantwoorden. Een grote zaal met vijfhonderd mensen kan niet, maar een volgepropte kelderbar met vijftig mensen dicht op elkaar, warm en zweterig, dat is geen probleem? Vanuit onze grote groep vrijwilligers kwamen ook al wat bezorgde signalen. Dus toen hebben we alles *on hold* gezet. Een goede beslissing, bleek de volgende dag, toen de maatregelen werden aangescherpt en alle zalen en horeca moesten sluiten. De eerst week was heel hectisch, er moest ontzettend veel gecommuniceerd



Art: Willem Kolvoort

worden en geschoven met data, daar waren we hele dagen mee bezig. We zijn niet onmiddellijk begonnen met online alternatieven te bedenken, concerten live-streamen enzo. Wat we wel hebben gedaan is het opschrijven van Vera Live, het platform waar we concerten uitzenden die bij ons zijn opgenomen. En we hebben een speciale nieuwsbrief de deur uitgedaan, waarin we nieuwe albums tippen, in plaats van concerten

aankondigen. En er is natuurlijk nog Zomaar Radio, dat vanuit Vera gewoon doorgaat met podcasts maken.

Het is een rare, onzekere periode. We hebben nu dus een heleboel dingen verplaatst naar het najaar. Maar wie zegt dat alles dan weer normaal is? Wanneer hebben mensen weer zin om in een zaal te staan met vierhonderd man? Durven we dat straks überhaupt nog?"



MARC KNIP PR NOORDERLICHT

"Onze studio aan het Akerkhof is uiteraard dicht op het moment. De tentoonstelling van TEMPS ZERO hebben we helaas voortijdig moeten sluiten.

We gaan door met de voorbereidingen voor het 27^e Noorderlicht Internationaal Fotofestival. Het begint later dan gepland en we denken hard na over alternatieve vormen van presentatie. De 2020-editie gaat over *Generation Z*, iedereen die is geboren na 1995. Inmiddels hebben we ruim dertig internationale kunstenaars geselecteerd. Omdat we een klein team en een groot netwerk hebben, hebben we in korte tijd een wereldwijde Open Student Call uit kunnen zetten. Hierin vragen we alle studenten die *lens-based media* gebruiken om in één beeld te reflecteren op hun toekomstvisie, in het licht van de huidige crisis. Gezamenlijk zullen deze beelden een plek krijgen in het festival en zo een stem geven aan een generatie."

FEMKE EERLAND ALGEMEEN DIRECTEUR NOORDERZON

"Ik kan niet vertellen wat er gaat gebeuren met Noorderzon dit jaar, want dat is nog helemaal niet helder. Voor evenementen die in april of mei zouden plaatsvinden is het duidelijk; daarvoor is besloten dat ze niet doorgaan. Noorderzon is pas in augustus, maar tegen die tijd is natuurlijk nog lang niet alles weer 'normaal'.

It takes a village, om een Noorderzon neer te zetten. We hebben heel veel vrijwilligers, crew, leveranciers, horeca, er is een groot internationaal theaterprogramma en een groot lokaal programma, dat maakt het in zijn totaliteit niet eenvoudig om te zeggen: hier gaan we op koersen.

Het programma staat natuurlijk voor een groot gedeelte al, maar wat blijft daarvan overeind? Noorderzon is voor veel (internationale) theatergezelschappen onderdeel van hun tour, maar wat als die hele tour wordt geannuleerd? Er kan de komende tijd niet worden gerepeteerd door gezelschappen, voorbereidingen gaan niet door, planningen lopen vast.

We zijn ineens in een crisis beland waarvoor geen maatwerkplannen zijn. We maken wel plannen, maar voor hetzelfde geld kunnen die over een paar dagen weer de prullenmand in. De eerste paar dagen dacht ik nog dat ik iets moest met elke snipper informatie, maar onze aanpak nu bestaat eigenlijk vooral uit op de rem staan. Twee keer per week schrijf ik een interne update voor programmeurs, staf en personeel en ik overleg wekelijks met evenementenmanagement. Er is gelukkig overall veel begrip en we krijgen veel steun vanuit de gemeente en de provincie.

Maar nog veel belangrijker dan of Noorderzon wel of niet doorgaat, vind ik wat er momenteel gebeurt om ons heen. Ik ben tenslotte bovenal een bewoner van de wereld. Ik maak me zorgen op lokaal niveau, wat betekent dit voor Groningen, maar vooral ook op mondiaal niveau, wat betekent dit op de lange termijn voor de wereld? Gaan we straks weer normaliseren en hoe ziet dat nieuwe normaal eruit? Misschien was het oude normaal wel niet normaal.



We geven ons momenteel over aan een nieuwe situatie. Er is iets gaande dat groter is dan het individuele belang. Er is een nieuwe vorm van collectivisme. Je krijgt ineens inzicht in andermans leven, je ziet ineens wie er van de mensen die je kent kwetsbaar zijn. Iedereen is aan het wakker worden, dat vind ik veel waard.

Het is natuurlijk de vraag hoe lang we dat volhouden. Maar dat is een vraag voor later, zoals er momenteel zoveel vragen voor later zijn. Ook met betrekking tot de cultuursector: zijn de leveranciers straks failliet, is er nog materieel? Is er nog publieksvertrouwen? Misschien willen we helemaal niet meteen weer met z'n allen in een zaal of in een tent zitten."