

ONDERZOEK NAAR UITBESTEDEN DECORBOUW

Een geliefde

Vanwege de bezuinigingen op cultuur staan de uitgaven aan theaterdecors onder druk. Marieke Smits onderzocht hoe theatergezelschappen daarmee omgaan. Een van de opvallende conclusies: er worden minder vergelijkende offertes aangevraagd. | DOOR: MARTIN HENDRIKSMA |

Decors worden vandaag de dag door sterk uiteenlopende bedrijven gemaakt. Groot of klein, binnen of buiten Nederland, door een ervaren theaterbouwer, een interieurbouwer of een hout/staal-bouwbedrijf. Maar hoe wordt bepaald wie het mag gaan doen? Dat was de centrale onderzoeksvraag die Marieke Smits beantwoordt in haar in juni verschenen, hooggewaardeerde afstudeerscriptie voor de opleiding Techniek & Theater van de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten. Volledige titel: *Wie gaat het bouwen? Een onderzoek naar het uitbesteden van decorbouw.*

In de database van de Kamer van Koophandel trof Smits in totaal 65 decorbouwers in

Nederland aan. Slechts een aantal van hen bouwt theaterdecors, de meeste focussen op de commerciële sector. Maar aan de andere kant is de keuze voor Nederlandse theatergezelschappen ook breder. Zo kiest Toneelgroep Amsterdam in haar decors geregeld meubels van een interieurbouwer in plaats van een decoratier en wipt Stage Entertainment voor de inkoop van haar grootschalige musicaldecors graag de grens over: soms tienduizenden euro's goedkoper. Als de drie grootste Nederlandse theaterdecoratiers noemt Smits het Rotterdamse Vorm & Decor (huisleverancier van onder meer het RO Theater), Kloosterboer (Toneelgroep Amsterdam) en Brandwacht en Meijer (Sol-

daat van Oranje, Utrechtse Spelen). Grote bedrijven met zo'n 15 tot 30 personen in vaste dienst, met daaromheen nog een royale schil van freelancers.

De voornaamste kracht van deze drie decorbouwers is dat ze vrijwel alle denkbare decors als totaalpakket kunnen leveren. Plus hun flexibiliteit. Smits: 'In een montageweek kan er bijvoorbeeld iets gebeuren waardoor je de volgende dag eigenlijk vijf decorbouwers op het toneel nodig hebt. Alleen een atelier met veel achtergrond, met veel personeel, kan dit oplossen.' Wel zijn ze relatief aan de dure kant.

Specialistischer

Daarnaast onderscheidt Smits middelgrote decoratiers als Brinkman, De Man met de Hamer, Quirijn Smits en Van Dik Hout. Hoewel ze allemaal een hout- en staalafdeling hebben, zijn ze specialistischer van aard. Ze zijn relatief goedkoop en de persoonlijke betrokkenheid is groot. Maar wie op het laatste moment nog drastische veranderingen in het decor wil doorvoeren, raakt bij deze bedrijven mogelijk in de knel.

Tot slot bestaat er een circuit van eenpitters: naast decorbouwer zijn ze vaak ook vormgever of technicus. Hun

voordeel is dat ze snel en voor zeer lage kosten kunnen produceren en dat ze doorlopend be-

schikbaar zijn. Moet er in de laatste repetitiedagen op het podium nog ergens een trapje komen, dan timmeren ze dat ter plekke in elkaar. Maar voor de technisch meer geavanceerde decors zijn ze door gebrek aan capaciteit vaak geen optie.

Hoe kiest een gezelschap nu zijn decorbouwer? Smits constateerde dat de meeste toneelgezelschappen bij drie bouwers offertes aanvragen. Grote producenten kiezen er meestal vijf. Aan elk van de kandidaten wordt een presentatie gegeven, soms in één keer aan allen gezamenlijk. 'Het nadeel van deze aanpak is dat ateliers toch minder snel het achterste van hun tong laten zien', schrijft Smits. 'Wan-

'Door het budget open op tafel te leggen kun je veel geld, tijd en energie besparen'

~~schrap~~post

neer je er een op een over gaat praten kun je dieper op de materie in gaan en krijg je vaak een betere en ook goedkopere offerte.'

Smits sprak met meerdere theatermakers die het beschikbare budget meteen vermelden. 'De budgetten zijn wat lager geworden, dus wordt ook de speelruimte kleiner. Het kost een hoop tijd om er van elkaar achter te komen wat het kost en hoeveel geld er beschikbaar is. Door het budget open op tafel te leggen kun je veel geld, tijd en energie besparen.'

Sterke band

Smits had verwacht dat offertes aanvragen de gangbare manier zou zijn, maar dat blijkt niet het geval. Steeds vaker wordt er op voorhand al een atelier gecontacteerd. De redenen hiervoor zijn zowel artistiek als zakelijk van aard. Sommige decors vragen qua uitstraling of technische elementen om een bepaalde decorbouwer. Of ze moeten tijdens het bouwen nog zo ver worden doorontwikkeld dat het startontwerp te vaag is voor een aanbesteding. Zakelijk

gezien leidt het direct kiezen van een atelier tot een efficiënter traject, in tijden van krimpende middelen een steeds belangrijker gegeven.

Vaak wordt, voor de vorm, nog een tegenofferte bij een concurrent gevraagd, om te voorkomen dat een atelier een soort volmachtstelling krijgt binnen een gezelschap. Dat is vaak een moeizaam proces, stelt hoofd techniek Wolf-Götz Schwörer van Toneelgroep Amsterdam in de scriptie: 'De andere grote ateliers weten al dat de kans toch heel klein is dat ze de opdracht krijgen en nemen hem niet meer serieus.'

Bezuinigingen of niet – het uiteindelijke besluit met welke decorbouwer in zee wordt gegaan, berust volgens Smits in de praktijk vrijwel nooit bij het hoofd financiën maar altijd bij het creatieve team. Smits: 'De financieel verantwoordelijke zet pas een handtekening als zowel ontwerper, techniek en productie het met de keuze eens zijn.' Toch zijn de krappere budgetten duidelijk merkbaar: 'Als je kijkt naar het lijstje van beoordelingscriteria valt er wel een punt te noemen dat een steeds prominentere rol krijgt, namelijk het kostenplaatje. Het decorbudget is vaak een grote kostenpost. De eerste keus op basis van beoordelingscriteria als 'persoonlijke voorkeur' en 'ervaring van het atelier' moet steeds vaker wijken voor het atelier met de goedkoopste offerte.' <

De scriptie is op te vragen bij de auteur. Mail naar info@mariek-smits.nl