

BELEIDSPLAN

STICHTING EENVIJFVIJF

Het begon allemaal tien jaar geleden met een optreden tijdens het televisieprogramma Holland's Got Talent. Intussen zijn wij, 155, uitgegroeid tot een professioneel opererend collectief dat op unieke wijze dans, video en comedy combineert.

Wij maken voorstellingen vanuit de onophoudelijke fascinatie voor de wereld waarin wij nú leven. We gaan altijd uit van het alledaagse en zoeken daarin de poëzie. In onze voorstellingen staat de zoektocht naar identiteit dikwijls lijnrecht tegenover collectieve identificatie. Dit voortdurend terugkerende thema komt rechtstreeks voort uit wie wij zijn en hoe wij werken; collectief en met oog voor de inbreng van elk individu.

155 combineert dans, video en comedy. Onze roots liggen in de bboy/breakin' cultuur, een genre dat tegenwoordig vaak onder de noemer urban valt. Met de urban dans als uitgangspunt integreren we verschillende skills en breken we de niche open tussen geëngageerde kunst en universele dans.

De stichting bestaat uit een bestuur van vijf personen, te weten Erik Bos, Thomas Bos, Rein Luuring, Marjolein Saelman en Juul Spoor. Zij vormen gezamenlijk de directie. Daarnaast wordt het team per project aangevuld met zzp'ers op het gebied van productie, marketing, video en dans, design en techniek. Allen krijgen een vergoeding voor hun werkzaamheden op basis van CAO Toneel en Dans. De raad van toezicht bestaat eveneens uit vijf personen, te weten Roy Cremers, Coen van de Poll, Sjanneke Hendrikx, Stella van Leeuwen en Arjan Qhutbullha. De Raad van Toezicht is onbezoldigd.

De stichting verkrijgt inkomsten door het werven van publieke en private subsidies en inkomsten uit kaartverkoop of uit uitkoopsommen en garanties van theaters. Onderdeel daarvan is de structurele ondersteuning door het Fonds Podiumkunsten en Gemeente Utrecht voor de periode 2021-2024. Alle inkomsten worden besteed aan het maken en spelen van de artistieke producten, of de organisatie daarvan.

DOELSTELLING STICHTING

Het bevorderen van de Nederlandse jongeren en jongvolwassen cultuur, specifiek de danscultuur door de instandhouding van een exclusief danscollectief genaamd eenvijfvijf alsmede het door middel van trainingen, educatie en informatieverstrekking bevorderen van de ontwikkeling van jong talent en verder al hetgeen hiermee in de ruimste zin verband houdt, daartoe behoort en/of daartoe bevorderlijk kan zijn.

PEILERS 155

Wij ervaren bij niet-traditioneel getrainde dansers een worsteling tussen de conditionering in onze samenleving en hun authentieke impulsen. Meer en meer zien wij om ons heen dat mensen zich in hun gedrag schikken, zich conformeren naar wat de maatschappij van hen verwacht. De drang tot

zelfexpressie die in iedereen aanwezig is wordt hierdoor onderdrukt. Vanuit onze positie geven wij ruimte aan die authentieke expressie. Noem het vet, noem het lekker gek, noem het rebels of 'schijt hebben'. Zeker is, dat de taal van 155 toegankelijk is.

Al zijn we bijna-dertigers, 155-ers staan vitaal in het leven. De energie van jonge honden is ons eigen. Begonnen we ooit als breakdance crew, inmiddels integreert onze stijl tal van andere elementen, behalve film en comedy, ook muziek en performance. Ons vocabulaire heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een theatrale, multidisciplinaire taal met dans als basis. Onze artistieke uitgangspunten zou je kunnen terugbrengen tot de volgende drie pijlers:

1. **Physical comedy**

Onze voorstellingen zijn laagdrempelig en misschien nog wel het meest te vergelijken met de wereld van Disney; humor en ontroering wisselen elkaar af. Ze zijn op het kinderlijke af, omdat wij onze menselijke rariteiten volledig exploiteren. We spelen met lagen, die door verschillende groepen anders worden 'begrepen'. In de hedendaagse dans missen wij die humor, met als gevolg dat dans vaak als ontoegankelijk wordt beschouwd, terwijl een focus op het menselijk lichaam ook juist veel humor los kan maken. Wij proberen die fysieke humor, we noemen het physical comedy, te allen tijde naar boven te halen, vaak door onze eigen lichamen en onze eigen eigenaardigheden te bestuderen en uit te vergroten. Daardoor ontstaat een toegankelijke, theatrale taal, waarmee we in staat zijn onze doelgroep(en) te bereiken en op een subtiele manier meer ervaring bij te brengen in het kijken naar dans.

2. **Film, video & marketing**

In onze wereld wordt meer en meer gecommuniceerd via het beeld. Het is een cruciaal onderdeel van ieders leven, ook dat van ons. Mensen hebben verschillende media nodig om een ingang te vinden tot theater. Daarom trekken wij in ons werk geen eenduidige scheidslijn tussen artistiek product en marketing. Ze vloeien organisch in elkaar over en kennen dezelfde artistieke identiteit. Via ons Tumblr platform communiceren we al jaren door middel van gifjes, beweging is daarin teruggebracht tot de essentie. Nog meer vertellen onze teasers, sketches en short films. Ze zijn een middel om thema's te onderzoeken en een potentieel aan beelden te vinden. Tegelijkertijd triggeren ze ook een publiek voor de voorstelling.

3. **Podia en publiek**

'Ik houd helemaal niet van dans, maar jullie zijn super vet', is een opmerking die we vaak horen. Voor jongeren en jongvolwassenen van nu is het niet vanzelfsprekend om naar het theater te gaan. De plek en de vibe schrikt die generatie soms af. Maar er is zoveel dans en theater, dat onze doelgroep zou interesseren, ze moeten het alleen nog weten te vinden

Wij willen een breed publiek bereiken. Onze voorstellingen en activiteiten zijn daarom te zien op toegankelijke poppodia/clubs of muziekfestivals. Niet zelden zijn ze er specifiek voor gemaakt. Zo slaan we een brug tussen het uitgaansleven en theater, tussen meer commerciële circuits en experimentele kunst, tussen korte acts en voorstellingen met een lange spanningsboog. Vanuit de meer toegankelijke podia nemen we ons publiek, zowel jongeren als volwassenen, mee naar andere ruimtes, online (digitaal) en in het theater. Ons motto is delen, wij houden van een feestje en staan bij voorkeur midden tussen ons publiek.