

# Jaarverslag Stichting Snars 2025

Een jaarverslag in woord en getal.

## Stichting Snars



Stichting Snars heeft ten doel: het ondersteunen, stimuleren en produceren van culturele uitingen (zoals podiumkunsten) die een maatschappelijk relevant karakter hebben en/of die een positieve maatschappelijke impact kunnen hebben.

Dat kan in de vorm van voorstellingen, en/of andere culturele uitingen. De stichting beoogt niet het maken winst.

Stichting Snars heeft een ANBI-status.

Het bestuur van de stichting wordt gevormd door de volgende personen:

|                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| prof. dr. K. Grootens-Wouts | - voorzitter     |
| drs. B. Leijssenaar         | - penningmeester |
| drs. R. Boeve               | - secretaris     |

## Jaarverslag 2025

Ook in 2025 heeft Stichting Snars de theatergroepen Burger Koekoek en Piepschuim ondersteund om de werkzaamheden te kunnen uitvoeren. Hieronder een overzicht van de gerealiseerde acties en activiteiten.

### ***Twee activiteiten, twee namen: Burger Koekoek en Piepschuim***

Vanaf de zomer van 2024 spelen Cor Burger en Robbert Koekoek onder de naam *Burger Koekoek* voorstellingen in de theaters en op festivals. Hun eerdere naam, *Piepschuim*, wordt alleen nog gebruikt voor de schoolvoorstellingen die ze spelen. De verschillende activiteiten worden zo beter onderscheiden en geprofileerd.

### **1. Burger Koekoek**

Het jaar 2025 begon met try-outs van het theaterprogramma *Hoe vind je zelf dat het gaat?* Dit is het tweede programma, in een drieluik, over het thema *klimaatverandering*.

#### **1.1 Hoe vind je zelf dat het gaat?**

*Hoe vind je zelf dat het gaat?* is het tweede programma over het thema Klimaatverandering. Met dit programma, met dit belangrijke thema, wil Burger Koekoek een breed publiek bereiken.

Na een aantal try-outs op kleinere plekken is de voorstelling afgemonteerd in LUX in Nijmegen.

Vervolgens is het programma door heel het land gespeeld. Het is goed ontvangen door publiek en pers, met een mooie recensie van de première in De Goudse Schouwburg. (<https://www.theaterkrant.nl/recensie/hoe-vind-je-zelf-dat-het-gaat/burger-koekoek/>) Voor de ontwikkeling van dit programma is subsidie verkregen van Ars Donandi (€ 10.000), M.A.O.C. Gravin van Bylandtstichting (€ 2.000), Pieter Bastiaan (€ 10.000) en Schepper Delf Stichting (€ 5.000). Volgens ons is dit een mooie ondersteuning en erkenning van zowel de kwaliteit van Burger Koekoek als makers als de kwaliteit van hun voorstellingen.

## **2. Piepschuim**

Piepschuim speelde twee verschillende voorstellingen, voor VO en MBO: het dagproject *Warming Up* en *Het Is Geen Wedstrijd*.

### **2.1 Warming Up**

Het dagproject *Warming Up* is in de eerste helft van 2021 ontwikkeld. Met *Warming Up* slaat Piepschuim een nieuwe weg in, omdat het niet alleen een schoolvoorstelling is, maar een heel dagproject dat bestaat uit een voorstelling (door Piepschuim), 2 workshops (door externe workshopgevers) en een plenaire afsluiting. *Warming Up* is in januari 2022 gelanceerd tijdens de Etalagedagen van impresariaat Uit de Kunst/Kleinkunstig.

In 2025 is de organisatie van *Warming Up* in handen van Kleinkunstig gekomen. Dat houdt in dat het dagproject wat betreft de opzet hetzelfde is gebleven, maar dat de inhoud van de workshops enigszins is aangepast. De vertaling van de voorstelling naar een praktische workshop blijft overeind, maar de focus ligt nu iets meer op creativiteit. De reacties van de scholen zijn uitstekend.

Piepschuim verzorgt nog steeds de openingsvoorstelling, maar niet meer de organisatie van kop tot staart.

*Warming Up* heeft in 2025 een subsidie van de Leonardus Stichting ontvangen (€ 6.000).

### **2.2 Het Is Geen Wedstrijd**

Naast het dagproject speelde Piepschuim ook nog de voorstelling *Het Is Geen Wedstrijd*. Deze voorstelling heeft zijn weg inmiddels gevonden naar het MBO. Steeds vaker wordt deze voorstelling gespeeld voor mbo-studenten. Vooral ROC-Nijmegen is een enthousiaste afnemer en promotor van deze voorstelling.

## **3. Publiciteit en publieksbereik**

Er is volop ingezet op promotie via generieke middelen zoals posters, flyers, vermelding op landelijke sites (Theater.nl, Zwartekat.nl) en de website ([www.burgerkoekoek.nl](http://www.burgerkoekoek.nl)). Ook is er meer ingezet op Instagram ([www.instagram.com/burgerkoekoek](https://www.instagram.com/burgerkoekoek)) als publiciteitsmiddel: binnen een jaar is het aantal volgers van Burger Koekoek op dit medium bijna vertienvoudigd en ook de interactie is sterk toegenomen (zo'n 100.000 views per maand).

Met alle theaters is persoonlijk contact geweest om promotie op maat af te stemmen. Ook is er door Burger Koekoek volop content gemaakt voor theaters, die zij via hun kanalen konden delen.

Bovendien is er vroeg in de tournee al een professionele beeldregistratie gemaakt van *Hoe vind je zelf dat het gaat?* Dit materiaal is gebruikt voor de socials.

#### 4. NPO Radio 1

De “stemadvies-liedjes” die gebruikt zijn door VillaVdB op NPO Radio hebben ook een hoop aandacht gerealiseerd voor Burger Koekoek. Cor schreef voor elke partij een stemadvies-lied en een groot deel daarvan werd in de uitzendingen van Villa VdB/Jurgen van den Berg gebruikt om het interview met de vertegenwoordiger van die betreffende partij wat op scherp te zetten. Op de socials is een deel van die adviezen een eigen leven gaan leiden, wat honderdduizenden views op heeft geleverd. Ten slotte verzorgde Burger Koekoek ook voorstellingen voor Omroep GLD rondom de landelijke verkiezingen en het jubileum van Omroep GLD.

#### 5. Trouw Duurzame 100

Tot slot werd Burger Koekoek opnieuw genomineerd door Trouw voor de Duurzame 100, maar deze keer helaas niet uitgekozen.

#### 6. Publieksbereik

Het fysieke publieksbereik is niet gegroeid, omdat zowel Piepschuim als Burger Koekoek minder voorstellingen hebben gespeeld. Met name het aantal schoolvoorstellingen (Piepschuim) liep terug, net als het aantal festivals (Burger Koekoek). De omvang van de theatertour van Burger Koekoek was vergelijkbaar met die van 2024, maar de zalen waren beter gevuld en het publieksbereik door de uitzendingen van Villa VdB en via social media (met name Instagram) is enorm toegenomen. De ambitie van Burger Koekoek en Piepschuim is en blijft om door te groeien naar grotere zalen en daarmee een groter publiek te bereiken. Een gemiddelde zaalbezetting van 80% is daartoe een eerste stap. Dit dit streven wordt 2026 voortgezet.

#### 7. Optredens

|                              |                                                         |
|------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Theatertournee (BK)          | 35 speeldagen + 2 previews                              |
| Schoolvoorstellingen (P)     | 35 speeldagen (28 dagen voorstellingen, 7 dagprojecten) |
| Besloten voorstellingen (BK) | 9 speeldagen                                            |
| Festivals (BK)               | 3 speeldagen (Oerol)                                    |
| Tv (Omroep Gelderland) (BK)  | 2 speeldagen                                            |
| Radio (Villa VdB) (BK)       | 9 speeldagen                                            |
| Totaal (BK & P)              | 95 speeldagen                                           |

## **8. Bezoekers**

|                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| Theatertournee (BK)          | 2631 bezoekers            |
| Schoolvoorstellingen (P)     | 6864 leerlingen           |
| Besloten voorstellingen (BK) | 2133 bezoekers            |
| Festivals (BK)               | 750 bezoekers (schatting) |
| Totaal (BK & P)              | 12.378 bezoekers          |

## **9. Vastgesteld door het bestuur,**

K. Grootens-Wouts

B. Leijssenaar

R. Boeve

Voorzitter

Penningmeester

Secretaris