

JAARVERSLAG 2024

Stichting Toneelgroep de Python

Beste lezer,

In dit document leest u het verslag van de voorstelling *ILIAS*, geproduceerd en uitgevoerd door Toneelgroep de Python in 2024 - 2025. De voorstelling ging op negen mei 2025 in première, geheel volgens planning. Toneelgroep de Python is blij te mogen verkondigen dat twee speeldagen verder, dit project met recht een succes mag worden genoemd.

Dit evaluatieverslag kent meerdere onderdelen. Allereerst zal de voorstelling zelf, inclusief het artistieke traject en de ontvangst ervan, worden toegelicht. Vervolgens zal kort worden ingegaan op de projectplanning, het repetitieproces en de tussentijds gemaakte aanpassingen. Nadat vervolgens de toekomst van Stichting Toneelgroep de Python kort wordt besproken, volgt als laatste de financiële evaluatie en verslaglegging van *ILIAS*.

Namens de spelers, artistieke leiding, en het bestuur van de Python

Jaap van der Aar

Speler en zakelijk coördinator

Inhoudsopgave

Evaluatie <i>ILIAS</i>	4
Voorstelling inhoudelijk	4
Projectplanning en uitvoeringen.....	6
De Toekomst van de Python.....	7
Financiële verslaglegging <i>ILIAS</i>	8
Inkomsten.....	8
Uitgaven	10
Bijlage: Communicatie-verslag	14

Evaluatie *ILIAS*

Voorstelling inhoudelijk

De voorstelling *ILIAS* vond haar oorsprong in het gevoel van machteloosheid dat heerst binnen onze spelersgroep over de hedendaagse geopolitieke situatie. In een tijd waarin oorlogen – zoals in Oekraïne en Gaza – het nieuws domineren en wereldleiders handelen vanuit eigenbelang in plaats van menselijkheid, ontstond het idee om *ILIAS* te maken: een humoristische maar vlijmscherpe aanklacht tegen autoritaire leiders en hun oorlogszuchtige motieven

De *ILIAS*, naar de tekst van Oscar van Woensel, speelde zich af tijdens een decadent diner waarbij de Olympische goden het verloop van de oorlog bespreken. Vrijwel de hele voorstelling stonden alle spelers tegelijkertijd op het toneel, wat zorgde voor een energieke en enigszins chaotische sfeer. Deze aanpak werkte erg goed: alle rollen hadden ongeveer evenveel gewicht, wat de spelers uitdaagde om voortdurend op elkaar te reageren.

Om niet uitsluitend te vervallen in de komische elementen van de tragikomedie, werd ervoor gekozen om een openingsdialoog toe te voegen die de expliciete aanklacht kracht bijzette. In deze scène sprak een van de spelers de regisseur aan op de noodzaak om een voorstelling te maken over het leed in de wereld, waarop de regisseur aangaf dit vorm te willen geven via het verhaal van de Trojaanse Oorlog (uit de *Ilias*). De reacties van het publiek achteraf – die duidelijk de boodschap van deze aanklacht herkenden – bevestigden dat dit thematische uitgangspunt en de theatrale uitwerking goed zijn overgekomen.



*Regisseur Ludy Golstein geeft figurant en muze Boris Andriessen tijdens de openingsdialoog een balacava en de opdracht het verhaal om van de *ILIAS* te vertellen.*

De boodschap werd verder versterkt door de negen muzen – vijf bandleden en vier figuranten – die samen een live punkband vormden. Tussen de bedrijven door speelden zij zes covers van bekende protestliederen, zoals *Sympathy for the Devil*, *Machine Gun* en *Soldier Side*. Deze muzikale intermezzo's voegden niet alleen extra lading en intensiteit toe aan de voorstelling, maar fungeerden ook als een kritische tegenstem binnen het verhaal. Waar De Python de afgelopen jaren al experimenteerde met muziektheater, werd dit jaar voor het eerst gekozen voor een volwaardige liveband. Dit bleek een geslaagde keuze: de duidelijke rolverdeling tussen spelers en muzikanten versterkte het theatrale geheel, en maakte dat de muzikanten zich volledig op de muziek konden focussen, in tegenstelling tot eerdere jaren waarin muzikanten ook meespeelden in scènes.



Sfeerimpressie van de punkband bestaande uit de negen muzen, met van links naar rechts: Valerie Boschloo (basgitaar), Nona Wallerbosch (zang), en Wolfert Verstraete (drum).

Het decor was bewust minimalistisch: witte stoelen op een zwarte vloer, voorzien van tien geschilderde scène uit de *ILIAS*, waar tijdens de voorstelling naar werd verwezen. Deze minimalistische vormgeving zorgde ervoor dat de aandacht volledig kon uitgaan naar de extravagante kostuums en de expressieve speelstijl. Iedere god droeg een eigen kleur en verscheen in een moderne, glanzende outfit, wat niet alleen zorgde voor visuele flair, maar ook de zelfverheerlijking van de personages benadrukte.

Projectplanning en uitvoeringen

In tegenstelling tot voorgaande jaren, waarin het script tijdens het productieproces op de huid van de spelers werd geschreven, is er dit jaar gekozen voor een grotendeels bestaand script. Hierdoor kon er sneller inhoudelijk met de tekst gewerkt worden, wat zorgde voor een rustiger repetitieproces. Het project, dat in mei 2024 van start ging, werd door de spelers dan ook als overzichtelijker ervaren. De gewonnen tijd werd benut voor extra spellessen, met onder andere een focus op bewegingstheater. Vanaf december werden tweewekelijkse bandrepetities toegevoegd, waarna in februari 2025 de integratie tussen spel en muziek plaatsvond. Een leerpunt vanuit deze productie is om dit samenspel tussen muzikanten en spelers al eerder in het proces op te zoeken, zodat de groepen sterker met elkaar verweven raken.



Speler Joppe Bakelaar (als Hephaistos) met op de achtergrond de stoelen die gebeurtenissen van de ILIAS weergeven.

ILIAS werd op 9 en 10 mei 2025 tweemaal opgevoerd in Theater ZIMIHC Zuilen te Utrecht. Deze locatie werd opnieuw gekozen vanwege de positieve ervaringen in eerdere jaren en de passende capaciteit. Ook dit jaar bleek dit een goede keuze: het theater dacht actief mee en toonde zich flexibel. Daarnaast verliepen de productiedagen soepel en professioneel mede dankzij de inzet van twee externe geluids- en lichttechnici.



Sfeerimpressie extravagante kostuums en expressieve speelstijl, geïllustreerd door spelers Laureline van der Tak (boven, als Apollo), Jaap van der Aar (linksonder, als Ares), Marijn Vuijk (rechtsonder, als Hades) en Thomas Hak (rechtsonder, als Poseidon).

De toekomst van de Python

Met *ILIAS* heeft De Python opnieuw een grote stap gezet in haar ontwikkeling als toonaangevende Utrechtse amateurgroep. Het was de grootste en meest professionele productie tot nu toe, met tien spelers, vijf muzikanten, vijf figuranten, een professionele regisseur, een geluidstechnicus en een lichttechnicus. De ambitie is om deze lijn voort te zetten met toegankelijke, kritische en gedurfde muziektheaterproducties. Afgelopen jaar is de groep gegroeid met vijf nieuwe spelers en twee nieuwe muzikanten, wat heeft geleid tot een diverse en vernieuwde samenstelling. Voor komend jaar is het doel om opnieuw een grootschalige productie neer te zetten, wederom met een liveband. De plannen hiervoor worden in de zomer van 2025 uitgewerkt, waarna de productie in het najaar van start zal gaan en ongeveer een jaar later in première zal gaan.

Financiële verslaglegging *ILIAS*

In de volgende twee tabellen wordt de financiële verslaglegging van *ILIAS* weergegeven. De eerste tabel betreft de inkomsten en de tweede tabel de uitgaven van het project, waarin zowel de begrote, herziene als gerealiseerde kosten worden uiteengezet. De verschillen tussen de initiële begroting en herziene begroting zijn eerder toegelicht en naar u opgestuurd. Wanneer het gerealiseerde bedrag afwijkt van de herziene begroting, wordt er toegelicht waarom dit het geval is.

Inkomsten

<i>ex. btw</i>		Begroting		Herziene Begroting		Realisatie	
Kaartverkoop			€ 3.260,00		€ 3.595,20		€ 3.776,15
	Kaarten (€12,84 p.s.)	€ 3.360,00		€ 3.595,20		€ 3.776,15	
Fondsen			€ 4.400,00		€ 4.400,00		€ 4.400,00
	Carel Nengerman Fonds	€ 900,00		€ 900,00		€ 900,00	
	Elise Mathilde Fonds	€ 1.000,00		€ 1.000,00		€ 1.000,00	
	Fentener van Vlissingen	€ 750,00		€ 750,00		€ 750,00	
	Mien van 't Sant Fonds	€ 750,00		€ 750,00		€ 750,00	
	K. F. Hein	€ 1.000,00		€ 1.000,00		€ 1.000,00	
Subsidies			€ 2.489,00		€ 2.489,00		€ 2.489,00
	Gemeente Utrecht	€ 2.489,00		€ 2.489,00		€ 2.489,00	
Sponsoring			€ 1.705,00		€ 1.360,00		€ 1.360,00
(in natura)	Apparatuur	€ 600,00		€ 600,00		€ 600,00	
	Drukwerk	€ 225,00		€ 225,00		€ 225,00	
	Repetitieruimte	€ 480,00		€ 135,00		€ 135,00	
	Decor	€ 100,00		€ 100,00		€ 100,00	
	Productionele steun	€ 300,00		€ 300,00		€ 300,00	
Eigen bijdrage			€ 2.275,00		€ 2.275,00		€ 2.175,00
	Spelersbijdrage	€ 2.000,00		€ 1.900,00		€ 1.800,00	
	Muzikanten	€ 450,00		€ 375,00		€ 375,00	
TOTAAL			€ 14.404,00		€ 14.119,20		€ 14.200,15

Kaartverkoop

De inkomsten van de kaartverkoop zijn hoger dan vooraf verwacht. Er werd verwacht dat er 280 kaarten à €12,84 verkocht zouden worden voor *ILIAS*. Uiteindelijk zijn er 301 bezoekers geweest, waarvan 294 betalende bezoekers en 7 vrijkaarten (voor het bestuur van de Python en productionele hulp).

Fondsen

Er is geen verschil in het begrote en het gerealiseerde bedrag met betrekking tot de fondsen. Stichting Toneelgroep de Python is alle fondsen die steun hebben toegekend ontzettend dankbaar voor hun bijdrage aan *ILIAS*.

Subsidies

Er is geen verschil in het begrote en gerealiseerde bedrag met betrekking tot de subsidie van de gemeente Utrecht.

Sponsoring (in natura)

Zoals afgesproken zijn er voor het project *ILIAS* een aantal kostenposten gesponsord in natura door verschillende partijen. De Python heeft een verscheidenheid aan apparatuur voor zowel de muziek als de scenografie geleend van o.a. de regisseur, de spelers, de muzikanten en theater ZIMIHC Zuilen.

Een groot deel van het drukwerk van het promotiemateriaal is kosteloos geprint via het netwerk van de Python.

Negen repetities hebben plaatsgevonden in de gymzaal die in bezit was van regisseur Ludy Golstein. De zaalhuur had een korting van €15,- per repetitie.

De gebruikte stoelen, die een groot onderdeel waren van het decor, zijn geleend van bevriende stichting HADES.

De Python heeft vrijwillige productionele ondersteuning van drie personen (lichttechniek, geluidstechniek en productionele werkzaamheden) gekregen op beide voorstedingsdagen.

Eigen bijdrage

De spelersbijdrage is met €100,- gedaald, omdat de Python heeft besloten de bijdrage van één van de spelers te restitueren, omdat diegene wegens medische redenen is uitgevallen bij *ILIAS*. Er is voor gekozen om de vervangende speler geen spelersbijdrage te laten betalen als dankbetuiging voor het *ad hoc* invullen van de vrijgekomen rol.

Uitgaven

ex. btw		Begroting		Herziene Begroting		Realisatie	
Theater			€ 3.200,00		€ 2.702,14		€ 2.773,56
	Huurprijs	€ 3.200,00		€ 2.702,14		€ 2.773,56	
Regie en script			€ 5.600,00		€ 5.453,00		€ 5.453,00
	Regie	€ 5.200,00		€ 5.200,00		€ 5.200,00	
	Opvoerrechten	€ 400,00		€ 253,00		€ 253,00	
Scenografie			€ 1.300,00		€ 1.300,00		€ 1.422,16
	Decor	€ 250,00		€ 250,00		€ 398,24	
	Kostuums	€ 350,00		€ 400,00		€ 376,16	
	Rekwisieten	€ 100,00		€ 50,00		€ 47,76	
	Apparatuur	€ 600,00		€ 600,00		€ 600,00	
Repetitieruimte			€ 2.700,00		€ 3.145,00		€ 2.757,90
	Reguliere repetities	€ 1.680,00		€ 1.935,00		€ 1.776,00	
	Bijzondere repetities	€ 500,00		€ 600,00		€ 407,40	
	Muziekrepetities	€ 320,00		€ 360,00		€ 326,50	
	Montageweekend	€ 200,00		€ 250,00		€ 248,00	
Administratie			€ 535,00		€ 535,00		€ 354,31
	Website	€ 115,00		€ 115,00		€ 102,65	
	Zakelijke rekening	€ 240,00		€ 240,00		€ 206,21	
	Zakelijke documenten	€ 10,00		€ 180,00		€ 45,45	
Promotie			€ 335,00		€ 336,23		€ 454,27

	Drukwerk	€ 235,00		€ 236,23		€ 254,27	
	Video- & fotografie	€ 100,00		€ 100,00		€ 200,00	
Overig			€ 500,00		€ 450,00		€ 757,75
	Productionele steun	€ 300,00		€ 300,00		€ 435,02	
	Onkostenvergoeding	€ 200,00		€ 150,00		€ 217,25	
	Logistiek	€ -		€ -		€ 105,48	
Onvoorzien			€ 404,00		€ 197,83		€ 135,36
	Onvoorzien	€ 404,00		€ 197,83		€ 135,36	
TOTAAL			€ 14.119,20		€ 14.119,20		€ 14.108,31
Balans							€ 91,84

Theater

De huurprijs van de theaterzaal ZIMIHC Zuilen is ietwat verhoogd, omdat de Python op de tweede speeldag één extra uur heeft afgenomen. Dit om alle betrokkenen meer tijd te bieden voor de uitgebreide kap en grime van *ILIAS* en de soundcheck van de muziek.

Regie en script

Er is geen verschil in het begrote en het gerealiseerde bedrag met betrekking tot de regie en het script.

Scenografie

Het gerealiseerde bedrag voor het decor is hoger uitgevallen dan begroot, omdat er in de laatste weken voor de voorstellingen een decor-onderdeel is toegevoegd aan *ILIAS*: een grote, handgemaakte kroonluchter bestaande uit wijnglazen. In eerste instantie werd dit decordeel om budgettechnische redenen geschrapt. Door de voorspoedige kaartverkoop is toch besloten om de kroonluchter te gebruiken om zo het toneelbeeld van de voorstelling te verrijken.

Het bedrag voor zowel de kostuums als de rekwisieten is (vrijwel) hetzelfde uitgevallen als begroot.

Repetitieruimte

Er is minder geld uitgegeven aan de reguliere repetities dan begroot, omdat er een aantal keer is gerepeteerd in een gratis ruimte, een klaslokaal, op de Uithof. Bij uitzondering bleek een relatief kleine ruimte voldoende voor deze repetities, bijvoorbeeld omdat er met een klein deel van de spelersgroep werd gerepeteerd.

Ook de bijzondere repetities zijn goedkoper uitgevallen, omdat er bij één van de repetities een brandalarm afging die helaas pas na 45 minuten uitgezet kon worden. Dit kwam door toedoen van de beheerder van de repetitieruimte, waardoor de Python het geld voor de zaalhuur terugkreeg.

Er was één muziekrepetitie minder nodig dan vooraf verwacht, waardoor er minder geld werd uitgegeven aan de desbetreffende zaalhuur.

Het bedrag voor het montageweekend is hetzelfde uitgevallen als begroot.

Administratie

De zakelijke bankrekening van de Python heeft maandelijkse kosten aan zich verbonden, die gedurende de 18 maanden van *LIAS* €202,58 heeft gekost, iets lager dan verwacht.

Sinds dit jaar is de Python belastingplichtig. De eerste poging tot aanschaf van e-Herkenning (niveau 3) mislukte door belemmeringen van één aanbieder, waardoor de Python is overgestapt naar de andere aanbieder. Tegen de verwachting in is het geld van de mislukte poging teruggestort, waardoor de kosten voor zakelijke documenten lager zijn dan begroot.

Promotie

De kosten voor het drukwerk zijn iets hoger uitgevallen dan begroot, omdat er last-minute extra programmaboekjes gedrukt moesten worden.

De Python heeft besloten om, naast de gebruikelijke montage van de videoregistratie van de voorstelling, een vergoeding van €100,- beschikbaar te stellen voor het maken en bewerken van de foto's van *LIAS*.

Overig

Ondanks dat de productionele hulp op de voorstedingsdagen van *LIAS* vrijwillig was (zie: sponsoring in natura), vond De Python het belangrijk de betrokkenen te bedanken met een cadeautje (o.a. een boek, bioscoopbon en een spelletje). Hierdoor zijn de kosten voor productionele steun iets hoger dan begroot.

De onkostenvergoeding is hoger dan begroot, omdat er is besloten om ook de maaltijden van de productionele ondersteuning te vergoeden tijdens de voorstedingsdagen, in plaats van alleen de maaltijden van de regie.

In de opzet van de begroting was er destijds geen rekening gehouden met eventuele kosten wat betreft de logistiek rondom *ILIAS*, dat wil zeggen: het vervoeren van het decor en alle licht- en muziektchniek. Zowel alle benzine- als parkeerkosten zijn door de Python vergoed, wat bij elkaar €105,48 kostte. Deze kostenpost zal bij het volgende project worden opgenomen in haar begroting. Deze extra kosten konden gedekt worden uit het vrijvallen van budget voor onvoorziene kosten.

Onvoorzien

Er is minder geld aan onvoorziene kosten uitgegeven dan begroot. De onvoorziene kosten van *ILIAS* zijn met name de vervanging van een geleende schuurmachine die kapot is gegaan, en een tegemoetkoming voor het repareren van de website die onverhoopt niet meer werkte.

Het relatief kleine overschot van €94,63 zal de Python gebruiken om de zakelijke kosten in de overbruggingsperiode (kosten website en zakelijke rekening) van *ILIAS* en haar volgende project te dekken.

Bijlage: Communicatie-verslag

Dit document geeft een overzicht van de communicatie- en promotieactiviteiten van Toneelgroep De Python rondom de voorstelling *ILIAS*, die plaatsvond op vrijdag 9 en zaterdag 10 mei 2025.

Voor de promotie is gebruikgemaakt van diverse communicatiekanalen, waaronder de sociale media van De Python: Facebook (@ToneelgroepDePython), Instagram (@toneelgroepdepython), de UITagenda, de DUC-krant en de website <https://toneelgroepdepython.nl/>.

Daarnaast hebben de spelers actief bijgedragen aan de zichtbaarheid van de voorstelling door content te delen via hun persoonlijke socialmediakanalen. Op basis van een vooraf opgestelde promotieplanning is gedurende het traject gerichte content verzameld en gedeeld.

De communicatie-uitingen waren afgestemd op vijf promotionele pijlers:

- **Interesse wekken**
- **Inspireren**
- **Informeren**
- **Enthousiasmeren**
- **Bedanken**

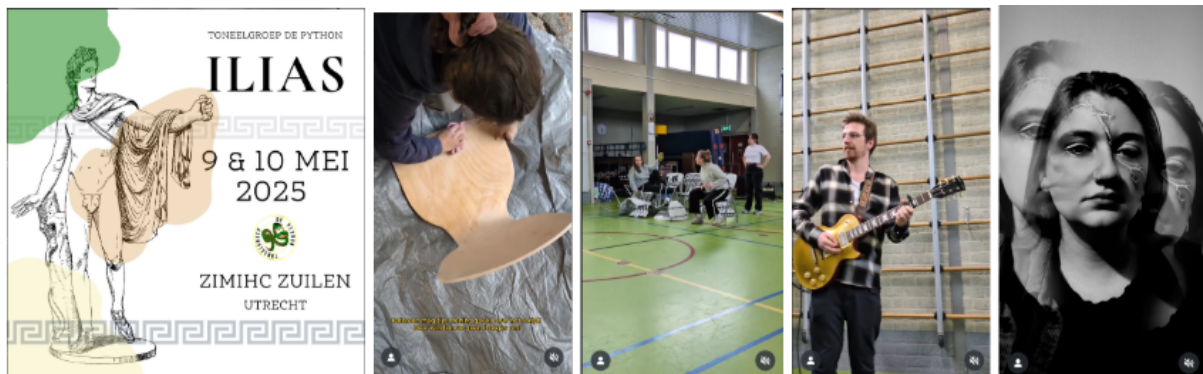
Aan de hand van voorbeelden in dit verslag wordt per pijler inzichtelijk gemaakt op welke manier en via welke kanalen De Python het publiek heeft bereikt en betrokken.

Interesse wekken

Al vroeg in het repetitieproces hebben we bekendgemaakt wanneer de voorstellingen van *ILIAS* zouden plaatsvinden. Door deze vroege communicatie konden geïnteresseerden de data tijdig reserveren en ontstond er direct een eerste vorm van betrokkenheid bij het project. Om de aandacht van onze doelgroep verder te trekken, hebben we actief ingezet op korte video's via Instagram Reels en Facebook Stories. In deze filmpjes boden we een blik achter de schermen van ons repetitieproces. Denk hierbij aan fragmenten van repetities, het maken van decor en kostuums, bandrepetities en de make-up. Door het delen van deze inkijkjes wilden we niet alleen informeren, maar ook nieuwsgierigheid opwekken en het publiek een gevoel geven van 'erbij horen'.

Deze aanpak had als doel om onze volgers al in een vroeg stadium te betrekken bij de totstandkoming van de voorstelling, zodat er een band werd opgebouwd nog vóór het uiteindelijke optreden. Dit hielp bij het opbouwen van momentum én versterkte het bereik van

onze promotiecampagne doordat volgers de video's regelmatig deelden binnen hun eigen netwerk.



Inspiratie

Om onze volgers te inspireren en nieuwsgierig te maken naar de personages in *ILIAS*, hebben we alle spelers individueel voorgesteld via social media. Elke speler werd gepresenteerd met een sfeervolle foto met informatie over de rol die de speler zou vertolken in de voorstelling.



Daarnaast deelden de spelers hun favoriete zin uit het script. Deze zin liet iets zien van hun karakter of hun band met het stuk. Dit gaf een extra laag aan de introductie en bood het publiek een eerste indruk van de toon en inhoud van de voorstelling. De begeleidende teksten bij deze berichten waren geschreven in de stijl van het toneelstuk: humoristisch, prikkelend en met een knipoog. Op die manier wilden we de stijl en sfeer van de productie al op voorhand overbrengen. De toon was uitnodigend en licht, met als doel om volgers niet alleen te informeren, maar vooral ook te vermaken en te enthousiasmeren.



toneelgroepdepython "Je kan niet eens zwemmen"

Thomas is dit jaar ook nieuw bij de Python. Hij voelt zich op het toneel als een vis in het water! Gelukkig maar, want hij zal de rol van Poseidon gaan vertolken. Deze rol vraagt flink wat van een speler, want Poseidon is met zijn bipolaire karakter als eb en vloed.

9 & 10 mei ZIMIHC theater in Zuilen. (Pas op: de eerste rijen kunnen nat worden)

17 w.



toneelgroepdepython "En waarom noemt iedereen mij steeds Aphrodite? Ik zeg toch dat ik Venus genoemd wil worden!"

Merlissa is in deze voorstelling de Godin van de liefde. Of nou ja, de Godin van seks, manipulatie en verleiding zou ook niet misstaan. Kan ze de Goden naar haar hand zetten?

Seks sells dat weet iedereen! Dus laat je verleiden en kom kijken!! 9 & 10 mei ZIMIHC theater in Zuilen!

16 w.

Er is op gelet dat naam van de toneelgroep, de naam van het stuk en de data van de opvoering steeds terugkwamen in de communicatie. Deze campagne droeg bij aan een gevoel van herkenning: bij het bezoeken van de voorstelling had het publiek al een eerste kennismaking met de spelers en personages gehad, wat zorgde voor meer betrokkenheid en beleving tijdens de voorstelling zelf.

Informeren

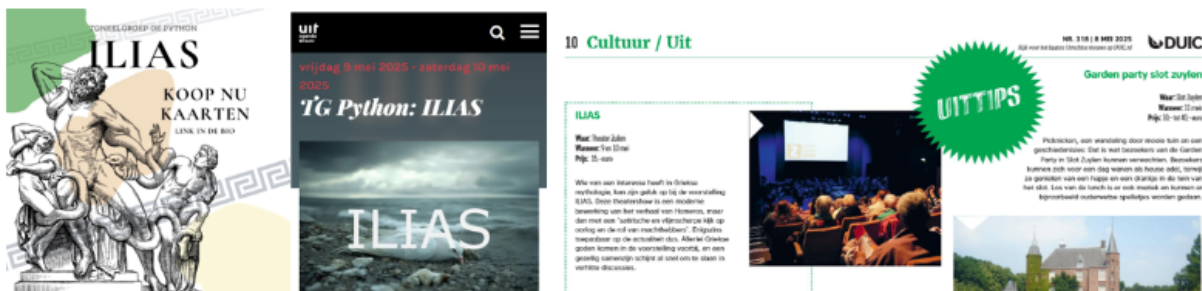
Om onze volgers én potentiële nieuwe bezoekers goed op de hoogte te houden van de speeldata, kaartverkoop en inhoudelijke context van *ILIAS*, hebben we gericht informatieve content ontwikkeld en verspreid via diverse kanalen.

Ruim zeven maanden voorafgaand aan de première hebben we een **'Save the Date'** gepubliceerd op onze sociale mediakanalen, waarmee we het publiek tijdig attendeerden op de geplande voorstellingen. Deze vroege aankondiging gaf ons publiek de mogelijkheid om de data alvast in hun agenda te noteren en markeerde het startpunt van onze promotionele communicatie.

Toen de kaartverkoop van start ging, hebben we dit breed gecommuniceerd via Instagram en onze website. Daarbij gaven we niet alleen praktische informatie over hoe en waar kaarten konden worden besteld, maar besteedden we ook aandacht aan de inhoud en thematiek van de voorstelling. Zo boden we achtergrondinformatie over het verhaal van *ILIAS*, de artistieke keuzes van het team en de relevantie van het stuk in deze tijd.

Naast onze eigen kanalen hebben we samengewerkt met externe platforms om onze zichtbaarheid te vergroten. De voorstelling werd opgenomen in de online agenda van de **UITagenda**, waar bezoekers ook direct tickets konden bestellen via een bijgevoegde link. Daarnaast hebben we publiciteit gegenereerd via het fysieke blad van de UITagenda en de lokale krant **De Utrechtse Internet Courant (DUIC)**, beide belangrijke media in de regio Utrecht met een breed cultureel bereik.

Met deze mix van online en offlinecommunicatie hebben we een breed publiek weten te bereiken en duidelijk en tijdig geïnformeerd over zowel praktische als inhoudelijke aspecten van de voorstelling.



Enthousiasmeren

In de week voorafgaand aan de voorstelling hebben we extra ingezet op het enthousiasmeren van ons publiek, met als doel de laatste kaarten te verkopen en de voorpret te vergroten. Via Instagram Stories deelden we speciaal hiervoor ontworpen content waarin creativiteit en humor centraal stonden.

Met behulp van AI-gegenereerde beelden lieten we de spelers zien als de god of godin die zij in *ILIAS* vertolkten. Deze fantasierijke en opvallende beelden trokken direct de aandacht. In elk beeld hield de speler symbolisch een toegangskaartje voor de voorstelling vast, wat op speelse wijze het thema van de promotie benadrukte: **“Koop je kaartje nu!”**

De beelden werden begeleid door wervende teksten in de stijl van de voorstelling – luchtig, scherp en met een vleugje ironie. Hiermee spraken we onze volgers aan op hun nieuwsgierigheid en gevoel voor humor. Door een directe link naar de ticketverkoop toe te voegen aan de stories, maakten we het voor geïnteresseerden eenvoudig om direct actie te ondernemen.

Deze laatste golf aan visuele en creatieve content had als doel om zowel bestaande volgers te activeren als potentiële bezoekers over de streep te trekken. De opvallende vormgeving en heldere call-to-action zorgden ervoor dat ook last-minute beslissers nog bereikt werden.



Bedanken

Toneelgroep De Python had *ILIAS* niet kunnen realiseren zonder de steun van onze partners en subsidieverstrekkers. Dankzij de financiële bijdrage van verschillende fondsen, de subsidie van de Gemeente Utrecht en de gastvrijheid van het theater waarin wij mochten spelen, konden wij repeteren, produceren en uiteindelijk onze voorstelling voor publiek brengen.

Deze steun is voor ons als toneelgroep van onschatbare waarde. We zijn ons ervan bewust dat zonder deze ondersteuning een productie van deze omvang niet mogelijk zou zijn.

geweest. Daarom hebben wij het belangrijk gevonden om onze dankbaarheid ook publiekelijk te uiten.

Via onze Instagram-pagina, website en in ons programmaboekje hebben wij al onze partners expliciet bedankt. We hebben aandacht besteed aan de rol die zij speelden in het mogelijk maken van de voorstelling. Door deze publieke uitingen van dank hoopten wij niet alleen waardering te tonen, maar ook het belang van culturele samenwerking zichtbaar te maken voor ons publiek en netwerk. Op die manier willen wij bijdragen aan een cultuur van wederkerigheid en erkenning binnen het culturele veld.



Achtergrondinformatie

De Ilias is een oud-Griekse epos en één van de oudste schriftelijk vastgelegde verhalen en centreert zich rondom het laatste jaar van de Trojaanse Oorlog. Wij spelen echter een bijzondere bewerking en om van de voorstelling te genieten hoeft je geen kennis te hebben van Griekse mythologie en je hoeft alle verwijzingen niet te volgen. Maar voor wie de details graag wil volgen:

De oorlog is gestart omdat een Trojaanse prins (Paris) een Griekse koningin (Helena) tot zijn vrouw in Troje heeft gemaakt. De Grieken startten daarop een oorlog die 10 jaar zou duren. Het laatste jaar van de oorlog weigert de sterkste Griekse held (Achilles) mee te vechten omdat hij ruzie heeft met zijn generaal (Agamemnon). Hierdoor lijkt het erop dat de Trojaanse generaal (Hector) er in zal slagen om de stad te beschermen. In deze voorstelling zien wij die personages echter niet: de camera is als het ware verplaatst naar de top van de Olympos, waar de Griekse goden vergaderen over het verloop van de Trojaanse oorlog en het lot van de "stervelingen". De tien goden van de Olympos en hun verhoudingen zijn te zien op de achterzijde.

Tekst | Oscar van Woensel
Naar | Homerus
Live muziek | Noma Wallerbosch,
Wolffert Verstraete, Eonnie Mangemanswito,
Joris Jansen en Valerie Boschloo
Figuratie | Tara Sieling, Boris Andriessen,
Alise Kelljers en Lucas Abbenhuis
Kostuumontwerp, kap & grime | Manouh de Haan en
Marijn Vuijk
Geluidsonderwerp | Friso van Beek
Voorstellingstechniek | Friso van Beek,
Skip de Groot en Mees Godwaalt
Regie, bewerking, scenografie | Lady Golstein

Met dank aan: