

GA

► **Veel interesse in kaartjes om thuis naar een theatervoorstelling te kijken**

Trendsetter Posttheater platgebeld over V-tickets

Roel Coppelmans is nooit een man geweest die het noodlot omarmde. Dus toen de coronacrisis ook het Arnhemse Posttheater snoeihard raakte, werd de directeur niet depressief en bedacht hij iets nieuws: het V-Ticket.

Rob Berends

Arnhem

Dat is een kaartje waarmee je thuis kunt kijken naar een voorstelling waarbij maar dertig bezoekers het theater mogen bezoeken. Inmiddels hebben zeven zalen het idee overgenomen en hebben er tientallen concrete interesse. „Elke dag hang ik uren aan de telefoon”, zegt Coppelmans. „Veel theaters willen weten hoe we dat doen. Uit Lochem en Zutphen komen ze kijken, de burgemeester komt mee. In Eindhoven hebben ze al V-Tickets, in Venlo ook en De Lindenberg in Nijmegen begint er ook mee.”

Ook Erwin Wullems van New Media Systems, dat de technische installaties verzorgt, heeft hoge verwachtingen. „De interesse is enorm. Bij Netflix zag je ook dat de bioscopen aanvankelijk kritisch waren, maar het nu omarmen. Dat verwacht ik hier ook. Het is een aanvulling op theaterbezoek, geen vervanging. Je kunt lekker samen thuis kijken. Kaasplankje erbij en je kunt af en toe iets tegen elkaar zeggen, wat in het theater niet mag.”

Het idee klinkt simpel: je laat een artiest optreden, zet er wat camera's op en verkoopt de livestream voor een schappelijke prijs. Maar de uitvoering was lastiger. Want: hoe zorg je dat artiesten het een goed idee vinden, hoe regel je dit financieel en hoe voorkom je dat mensen hun ticket doorsturen naar vrienden, waardoor ineens honderden mensen gratis meekijken?

Om dat te voorkomen, bedacht Coppelmans drie regels.

1. Verkoop nooit meer V-Tickets dan er stoelen in je zaal zijn. In het Posttheater zijn dat er driehonderd. Daarvan worden er, nu de theaters weer



open mogen, dertig bezet door de bezoekers. Dus mogen er maximaal 270 V-Tickets verkocht worden, een aantal dat nog lang niet gehaald wordt. „Meestal zijn het er zo'n 25. Dat betekent bij dertig bezoekers toch bijna een verdubbeling. Als wij in Arnhem duizend tickets zouden verkopen, zou dat slecht zijn voor de schouwburg hier en voor de restaurants. Die zouden dan leeg zijn en dat moeten we niet willen.”

2. Zorg dat de artiest evenveel overhoudt aan een V-Ticket als aan een kaartje in de zaal. Financieel moet het

ook aantrekkelijk zijn voor de cabaretiers en hun begeleiders.

3. Zorg voor een goede beveiliging. Dat betekent in dit geval dat de link die meegestuurd wordt met een V-Ticket maar op één plaats tegelijk bekeken kan worden. Zo wordt voorkomen dat een koper zijn link vrijelijk onder vrienden verspreidt.

Ondertussen is het Posttheater bezig met verdere uitbreiding van het online werken. Nu de camera-installatie staat, kan die ook overdag gebruikt worden door bedrijven, scholen en instellingen. „Wij verdienen

▲ **Roel Coppelmans op het podium in het Posttheater, gezien op de technische installatie in de regieruimte.**

FOTO ROLF HENSEL

zelf niet aan het V-Ticket-concept”, zegt Coppelmans. „Ovatic en New Media Systems wel. Maar wij moeten er op een andere manier wel geld aan overhouden en dat kan door hier online webinars te maken. Dat zijn wij al aan het doen. Of door jeugdtheatervoorstellingen hier op te nemen en die te verspreiden.

„Ik was er voor corona al van overtuigd dat wij ons moeten omvormen tot mediatheaters, waarbij ook online aanbod een blijvend onderdeel van ons pakket is. Die trend is onstuitbaar.”