

## TIEN THESEN VOOR MEER BIO

Wouter Hillaert

(Een zoekende mens in de supermarkt van het theater. Links de gewone toneelproducten, rechts een rekje bio. Op een bijhorend bordje: 'producten met een biolabel zijn gemaakt met aandacht voor de natuurlijke verhoudingen in de wereld'. In dat rekje staan smaakvolle levensartikelen als: AALST, Victoria - AFTER/BEFORE, Pascal Rambert - Biz Kolderbos, de Queeste - De Gesluisde Monologen, Adelheid Roosen - Jerusalem, Berlin - Mightysociety 1, Eric De Vroedt - Namaals, 't Arsenaal - Welcome to my backyard, Wunderbaum. Die zoekende mens: 'Pak er voor mij maar een paar in! En ja, 't mag ietsje meer zijn.')

Toneelproducten presenteren bekende ingrediënten op een nieuwe manier (bakje liefde, kopje troost, stukje rouw).

Bioproducten presenteren nieuwe ingrediënten (de palliatieve afdeling, de genocide in Rwanda, gemengde huwelijken).

Goeie toneelproducten hebben geen vervaldatum. De vervaldatum van bioproducten maakt ze pas echt actueel.

De toneelproductie maakt deel uit van een gesloten economie. Bioproducten gooien die economie open.

Toneelproducten zijn esthetisch verantwoord. Bioproducten verantwoorden hun esthetiek.

Het publiek: consumenten.  
Het publiek: burgers

Toneelproducten spelen op het onbewuste. Bioproducten maken bewust.

Goede toneelproducten zijn duur. Goede bioproducten zijn nog duurder: het zijn de solden van theater, ze verlagen de drempels

Geen direct nut, een kwestie van smaak. In elk geval niet nutteloos, een kwestie van voeding.

Toneelproducenten maken bediscussieerbaar werk. Bioproducten maken de werkelijkheid bediscussieerbaar.

Toneelproducten herken je aan hun verpakking. Bij bioproducten gaat het om de inhoud.