

Nu is

het

zaak

Inhoud

5	Voorwoord
7	Inleiding
7	Verzamelnaam
7	Het onderzoek
8	De opzet: leeswijzer
11	Kunsthuis SYB (Beetsterzwaag)
15	Profiel: kunst van nu voor nu
15	Ontstaan
15	Presentatie van kunst van nu
16	Educatie en residentie
16	Internationale samenwerking en 'exposure'
17	Reflectie: openen van werelden
18	Opdrachtgeverschap
18	Voorhoede functie: onderzoek en ontwikkeling
19	Talentontwikkeling en professionalisering
19	Projecten in opdracht: maatschappelijke en ruimtelijke vraagstukken
20	Verbindende schakel
23	Nest (Den Haag)
27	Publiek: learning by doing
27	Huiver
27	Een wereld te winnen
28	Creatieve ondernemers
28	Strategieën
29	Educatie: learning by doing

31	MAMA – showroom for Media and Moving Art (Rotterdam)
35	Organisatie en ondernemerschap
35	Subsidiebeleid
36	Subsidie-afhankelijkheid
36	Kleine organisaties: passie en professionalisering
39	De Appel arts centre (Amsterdam)
43	Waardering
43	Het water waarin je zwemt
43	Prototypes tonen
44	Reflectie op maatschappelijke vraagstukken
44	Vrijplaatsen
45	Nieuwe concepten
45	Profileren richting gemeente
45	Hamvraag
46	Het kapitaal van de jeugd
47	Resultaten enquête
55	Verantwoording
56	Bijlagen

De Zaak Nu, de Nederlandse belangenvereniging voor presentatie-instellingen, heeft een onderzoek ingesteld naar de rol, het belang en het functioneren van Nederlandse presentatie-instellingen.

Met bijna 100 leden over het hele land verspreid, is het ledenbestand van De Zaak Nu een volwaardige afspiegeling van dit diverse en dynamische deel van de Nederlandse beeldende kunst-sector.

Sinds 2011 staat deze sector onder enorme politieke en sociale druk. Met grote bezuinigingen die nu worden doorgevoerd, is het meer dan ooit van belang om voor het voetlicht te brengen wie we zijn, hoe we werken en waarom we onmisbaar zijn voor een gezonde kunstecologie.

Pers, politiek maar ook publiek hebben, zo merkten wij de afgelopen maanden, eigenlijk geen goed beeld van wat presentatie-instellingen zijn. Ze worden toch vaak gezien als kleine musea zonder collectie. Maar wie alleen al naar de leden van De Zaak Nu kijkt, weet dat presentatie-instellingen een veel grotere rijkdom aan hoedanigheden en functies omvatten. De term "presentatie-instellingen" is dan ook een overkoepelend begrip dat werkvormen omvat die in de Angelsaksische wereld *off-spaces* of *project rooms* worden genoemd, en in het Duitse taalgebied met bijvoorbeeld *Kunsthalle* of *Kunstverein* worden aangeduid. Het hele spectrum van onafhankelijke organisaties waar het produceren en presenteren van hedendaagse beeldende kunst centraal staat en dat zich tussen galerie en museum in bevindt, wordt met de term presentatie-instellingen omvat.

Behalve dat er aan de beeldvorming en het begrip van Nederlandse presentatie-instellingen wordt gewerkt, vindt De Zaak Nu het van belang om te weten hoeveel publiek we bedienen en met welke financiële middelen we werken. Het onderzoek dat we hebben laten uitvoeren door DSP-groep is er dan ook op gericht om zowel aan inhoudelijke verdieping en kennis bij te dragen als voor het eerst cijfermateriaal over de Nederlandse presentatie-instellingen te verzamelen.

DSP-groep heeft onze sector de afgelopen maanden zowel kwantitatief als kwalitatief onderzocht. Het beeld dat uit het onderzoek dat nu voor u ligt naar voren komt is dat van een uiterst actieve en dynamische sector. Het totaal aantal activiteiten van presentatie-instellingen bedroeg bijvoorbeeld in 2011 ruim 13.000. Hiermee wisten we 6700 keer de pers te halen en bereikten we een overweldigend aantal van 2,9 miljoen mensen!

De Raad voor Cultuur schreef in haar recente adviezen voor de Basisinfrastructuur 2013–2016, dat "Nederlandse presentatie-instellingen zich ruim kunnen meten met zusterinstellingen in het buitenland. Dat is, gelet op de geringe menskracht en middelen, bijzonder te noemen." (p. 337).

Op basis van deze uitkomsten is het te betreuren dat 'het maatschappelijk belang van kunst en cultuur eenzijdig in financiële termen wordt benoemd'

door de overheid, stelt DSP-groep. De zware bezuinigingen die deze instellingen zowel op landelijk als provinciaal en gemeentelijk niveau treffen, doen geen recht aan het maatschappelijk belang van de presentatie-instellingen en aan hun betekenis binnen de ketenopbouw van de beeldende kunst sector. Presentatie-instellingen zijn dé laboratoria van onze kunstsector, de plek waar geëxperimenteerd en geïnnoveerd wordt. Juist die onderzoekende en laboratorium-achtige functie, het verbinden van kunst met maatschappelijke ontwikkelingen, en het uitgebreide internationale netwerk van presentatie-instellingen vormen onmisbare kwaliteiten voor de Nederlandse kunstwereld. Bovendien onderscheiden de presentatie-instellingen zich doordat ze op diverse manieren een internationaal programma verbinden met de lokale omgeving, met kunstenaars ter plaatse, met ondernemers, instellingen, maatschappelijke groeperingen, etc.

Het is des te meer te betreuren dat in het advies van de Raad voor Cultuur vervolgens waardevolle presentatie-instellingen buiten de boot vallen. Sommige van deze instellingen worden immers louter op basis van kwantitatieve gegevens geëlimineerd.

Wij roepen politici en beleidsmakers op om in het licht van de komende kabinetsformatie, en mede op basis van dit verhelderende onderzoek, het prominente belang van presentatie-instellingen binnen het totale bestel als de plek voor innovatie opnieuw tegen het licht te houden. Presentatie-instellingen staan immers voor een vernieuwende kunstpraktijk van vandaag en produceren het erfgoed van morgen.

Inleiding

Verzamelnaam

‘Presentatie-instellingen’ is de term die ooit gemunt is voor het circuit van instellingen die een rol spelen in de (beeldende) kunstwereld naast de musea (en zelf geen collectie bezitten of beheren), de galeries en kunstbeurzen (en zelf geen kunst verkopen), kunstopleidingen, curatoren, critici en (vaak jonge) kunstenaars. Temidden van al deze actoren zijn de presentatie-instellingen een belangrijke verbindende schakel.

Ze zijn niet gemakkelijk onder één noemer te vangen. Het gaat om een veelvormige verzameling van instellingen die actuele kunst presenteren, opdrachten verlenen aan kunstenaars, debatten organiseren, maatschappelijke en artistieke thema’s (laten) onderzoeken, kunstenaars een residentie bieden, tijdschriften maken, kenniscentrum zijn, een digitaal platform geven aan kunstenaars, educatie bieden, et cetera. In grootte en mate van professionalisering (of ‘geinstitutionaliseerd’ zijn) verschillen zij sterk.¹ Zij werken vanuit de plek waar zij gevestigd zijn – in steden maar ook op het platteland – waar zij deel uitmaken van de lokale culturele infrastructuur. Tegelijkertijd hebben zij vrijwel altijd een internationale horizon en internationale netwerken. Soms ook presenteren zij beeldende kunst op andere locaties – in Nederland of daar buiten – of gebruiken zij het internet als platform.

Het woord presentatie-instelling is niet ideaal, maar een betere term die de lading dekt, is niet gemakkelijk te vinden – zo hebben we gemerkt. Daarom blijven we deze term gebruiken met de kanttekening hem niet al te stoffig op te vatten, want presentatie-instellingen hebben een meer sprankelend imago. Zij willen in de eerste plaats een voorhoedefunctie vervullen. Flexibiliteit, veelvormigheid en een voortdurend zoeken naar vernieuwing zijn daarvan belangrijke kenmerken.

Het onderzoek

Leidende vragen in het onderzoek² waren: wie zijn de presentatie-instellingen, welke rol en functies vervullen zij en hoe benoemen zij hun artistieke en maatschappelijke betekenis? Wat is hun financiële en organisatorische situatie? Hoe verwerven zij hun inkomsten? Wie is hun publiek en hoe denken zij na over publieksbereik? En: hoe zien de diverse betrokkenen buitenstaanders (stakeholders zoals kunstacademies, musea, gemeenten en verzamelaars) hun rol en waarde?

Het onderzoek is uitgevoerd in de periode maart-april 2012 en bestond uit:

- interviews met stakeholders ;
- diepte-interviews en een groeps gesprek met presentatie-instellingen;
- telefonische interviews van presentatie-instellingen over hun publiek en cultureel ondernemerschap;
- een enquête, uitgezet onder alle leden van De Zaak Nu.

1 Als bijlage hebben we de lijst van presentatie-instellingen die lid zijn van De Zaak Nu opgenomen.

2 Het onderzoek werd uitgevoerd door Justin de Kleuver (enquête) en Karin Schaafsma (interviews). Agnes Winter (Rijksuniversiteit Groningen, Research master Art History) was als stagiaire aan het onderzoek verbonden en voerde een deelonderzoek naar cultureel ondernemerschap en publieksbereik uit onder presentatie-instellingen. Karin Schaafsma schreef de tekst van deze publicatie.

De namen van personen en organisaties die we spraken hebben we in een bijlage opgenomen.

De opzet: leeswijzer

We hebben deze publicatie opgezet als een reis langs verschillende deelonderwerpen:

- een profielschets van de presentatie-instellingen waarin we deze zeer diverse groep aan de hand van een aantal gemeenschappelijke functies karakteriseren;
- een verkenning van het publiek van presentatie-instellingen;
- een onderzoek naar het type organisatie en de vormen van ondernemerschap van presentatie-instellingen;
- een evaluatie van de waarde die presentatie-instellingen hebben.

We wisselen deze delen af met meer gedetailleerde portretten van vier presentatie-instellingen die onderling sterk verschillen: Kunsthuis SYB uit Beetsterzwaag, Nest uit Den Haag, MAMA uit Rotterdam en de Appel arts centre uit Amsterdam. Elk van deze portretten biedt een concreet en diepgaand beeld van wat een presentatie-instelling precies is en doet. Samen geven ze de diversiteit van de presentatie-instellingen aardig weer.

Het laatste onderdeel van deze publicatie bevat de belangrijkste resultaten van de enquête in cijfers en grafieken.



Kunsthuis SYB (Beetsterzwaag)

'Our house in the middle of the street' heet het boek dat Kunsthuis SYB uitbracht ter ere van haar tienjarig bestaan. De titel karakteriseert goed wat SYB is: een gastvrij huis aan een straat middenin het Friese dorp Beetsterzwaag. Het huis was ooit van galerist Sybren Hellinga die intensieve relaties met kunstenaars onderhield. Na zijn dood in 2000 liet hij het huis na aan een door hem opgerichte stichting om zijn werk voort te zetten. In datzelfde jaar werd Kunsthuis SYB opgericht als Podium voor hedendaagse kunst. Nu biedt SYB het hele jaar door ruimte aan kunstenaarsprojecten. Kunstenaars komen er zes weken lang wonen en werken als artists in residence en sluiten hun project af met een presentatie. Tussentijds kan het publiek de ontwikkeling van het werk volgen: via de weblog van de kunstenaars op de website van SYB en tijdens de weekenden kan men ook gewoon binnenlopen en met de kunstenaars spreken.

Gastvrij huis

"We hebben dat huis en dat is de essentie van SYB," vertelt Maartje Peters. Ze is sinds 2006 coördinator van het Kunsthuis. "Het is een monumentaal pand op een bijzondere plek, middenin een winkelstraat, tussen de juwelier en een bank. Achter het oorspronkelijke woonhuis stond een oud bakhuisje waarin ooit snoepjes gebakken werden. Sybren Hellinga heeft dat bij het huis getrokken door een overkapping van glas. Dus er staat nu een gebouwtje in een glazen ruimte. Voorin is het donkerder. Wat gelijk opvalt als je binnenkomt zijn de ruwe muren met gaten erin. Je ziet dat het heel erg oud is. Dat bakhuis is half afgebroken, stukken met antieke tegels en een oud raampje zitten er nog in." Het heeft dus helemaal niets te maken met een white cube, wil ze maar zeggen. "Het huis heeft zoveel karakter dat sommige kunstenaars denken: wat moet ik hier nog doen? Er wordt regelmatig een wandje gezet om even een stukje nostalgievrij te maken."

Wortelen in Beetsterzwaag

Kunsthuis SYB werkt bijna altijd met jonge kunstenaars die een tweede fase opleiding afgerond hebben. "We werken nooit met mensen die net afgestudeerd zijn, maar pas als ze een paar jaar verder zijn in hun ontwikkeling als professioneel kunstenaar," vertelt Maartje Peters. Samenwerking tussen kunstenaars staat bij de projecten centraal.

Die samenwerking kan verschillende vormen aannemen. Soms in een duo dat nooit eerder samenwerkte, maar altijd al wel geïnteresseerd was in elkaars werk. Soms werkt een kunstenaar samen met een wetenschapper of een schrijver die bijvoorbeeld eens per week langs komt. Soms ook woont een hele groep kunstenaars in het huis om aan een project te werken. Dan staan er campers in de tuin.

“Door het eigen karakter van de plek en het huis kunnen kunstenaars nooit zeggen: het had ook ergens anders kunnen zijn. Kunstenaars die hier voor een periode wonen en werken, raken altijd geïnteresseerd in het dorp, de bewoners en de lokale geschiedenis. Ze raken altijd betrokken. Die betrokkenheid komt in de een of andere vorm altijd terug in de projecten.”

Het trieste der tropen

Een mooi voorbeeld is een project dat twee kunstenaars in 2010 in Kunsthuis SYB deden. Ze nodigden bewoners van Beetsterzwaag en omgeving uit om mee te doen aan hun project ‘tristes tropiques’ - naar het bekende boek van de Franse antropoloog Lévi-Strauss, waarin hij verslag doet van zijn verblijf bij indianenstammen in het Amazonegebied. Het project in Beetsterzwaag nam de foto's van indianenfamilies uit dit boek als uitgangspunt en liet deze opnieuw belichamen door bewoners in de omgeving van Beetsterzwaag. De kunstenaars namen bijna letterlijk ‘dezelfde’ foto's - die het trieste der tropen in een compleet nieuwe context opnieuw tot leven brengen. Niet alleen de beelden, maar ook het gedachtegoed dat hierin besloten ligt.

Andere SYB-activiteiten

Naast projecten met artists in residence, biedt SYB ook een leerplek aan beginnende curatoren - die zitting kunnen nemen in de programmeringscommissie. Omdat de commissie werkt vanuit meerstemmigheid - er is geen artistiek directeur die een stempel drukt - is er veel onderlinge discussie en ideevorming. Hieraan kunnen beginnende curatoren goed hun oordeelvermogen slijpen.

Een keer per jaar is er een samenwerkingsproject met een tweede fase-opleiding. Afgelopen jaar was dat het Piet Zwart Instituut (van de Willem de Kooning Academie in Rotterdam) en daarvoor het Sandberg Instituut (van de Rietveld Academie in Amsterdam) - met een project over kunstenaarskolonies.

Verder biedt Kunsthuis SYB een recensentenprogramma. “Dat bestaat al vanaf het begin,” vertelt Maartje Peters. “De kunstpers mijdt het hoge noorden vaak. Dan doen we het zelf, hebben we bedacht. We nodigen zelf mensen uit om kritisch te kijken naar de presentaties in Kunsthuis SYB en daarover een stuk te schrijven. We werken daarvoor met

jonge recensenten. Inmiddels hebben we een pool van een aantal mensen, die we elke anderhalf jaar wisselen. De laatste jaren publiceren we deze recensies in de digitale nieuwsbrieven van SYB en op de website."

Publiek

Het publiek van SYB kun je grofweg in twee categorieën indelen. Ten eerste zijn dat de mensen uit Beetsterzwaag. Zij zijn vaak direct betrokken. Ofwel als participanten - zoals in het tropenproject, ofwel als 'gids' voor de kunstenaars - variërend van vertellen waar een bepaalde winkel zit tot in contact brengen met een boer die zijn land beschikbaar stelt als locatie voor een film. Een aantal bewoners vormt de 'huisclub' van SYB: mensen (vrijwilligers) uit het dorp die kunstenaars praktisch ondersteunen. "Je ziet dat er bijzondere contacten tussen kunstenaars en Beetsterzwagers ontstaan. Contacten die vaak langer doorlopen," vertelt Maartje Peters.

Publiek bestaat ook uit een andere groep mensen die SYB volgt. "Zij komen niet altijd, maar blijven wel op de hoogte via de website, de nieuwsbrieven en de weblogs van de kunstenaars. Een groot deel van deze groep bestaat uit jonge kunstenaars uit de Randstad, maar ook internationaal. Mensen die actief zijn, die discussiegroepen organiseren, die geïnteresseerd zijn en vaak ook een persoonlijke connectie hebben met de kunstenaars die een project in SYB doen."

Veel doen met weinig geld

"We zijn een kleine organisatie die veel doet met weinig geld. Het huis is in bezit van de stichting. We hoeven niet zoals veel initiatieven steeds weer de locatie te bevechten. We draaien met een kleine club van mensen, jonge professionals die op vrijwillige basis voor SYB werken. Ik ben als coördinator de enige die, sinds kort, op freelancebasis betaald wordt."

"SYB betekent veel voor kunstenaars," vervolgt ze. "We pikken hen op en bieden hen de mogelijkheid een belangrijke stap in hun artistieke ontwikkeling te zetten. Ik vind dat we dat op een heel liefdevolle wijze doen."

Ze moet even nadenken over de vraag hoe ze de bredere, meer maatschappelijke betekenis van SYB zal verwoorden. "Kunst kan het dagelijks leven verrijken, kan mensen buiten hun kaders laten kijken," zegt ze dan. "Heel concreet begint dat hier al met de mensen die bij ons op de vensterbank gaan zitten als ze op de bus wachten. Als ze daar zo zitten, maken ze van alles mee. Ze kijken naar binnen, ze zien mensen in en uit lopen, maken een praatje. Als de bus te laat is worden ze soms uitgenodigd om een kopje koffie te komen drinken. Dat is het begin van een contact, van een interesse. Ze komen even terecht in een andere

wereld, worden uit hun eigen wereld getrokken. Even kijken ze op een andere manier naar de werkelijkheid om hen heen.”

Kunsthuis SYB ontvangt subsidie van het Mondriaan Fonds en de provincie Friesland.

Profiel: kunst van nu voor nu

Ontstaan

Het fenomeen 'presentatie-instelling' is relatief jong. In Nederland ontstonden halverwege de jaren 70 de eerste presentatie-instellingen uit onvrede over de beperkte mogelijkheden die het gevestigde kunstcircuit in die tijd bood aan jonge kunstenaars en voor vernieuwing in de kunsten. Er was behoefte aan alternatieve ruimten. Vaak werden die gecreëerd door kunstenaars zelf, regelmatig in een gekraakt pand, zoals W139 in Amsterdam (1979) of De Fabriek in Eindhoven (1980). Oudste bestaande presentatie-instelling is de Appel in Amsterdam, nog geen 40 jaar oud (opgericht in 1975).

Meer recent ontstonden ook presentatie-instellingen zonder vaste locatie, zoals het nomadische kunstinitiatief Whatspace (2008, Tilburg) dat programma's op verschillende plaatsen in Tilburg en daarbuiten presenteert (Brussel, Chicago) of de organisatie If I Can't Dance (2005, Amsterdam) dat onder meer performancekunstenaars opdrachten verleent: werk dat vervolgens binnen en buiten Nederland op verschillende plekken wordt getoond. Ook ontstaan er in toenemende mate presentatie-instellingen die een combinatie bieden van horeca en mixed media (naast beeldende kunst ook film, muziek, dans, performances).³

Om de presentatie-instellingen – in al hun diversiteit – helder en enigszins eenduidig te karakteriseren, beschrijven we ze hieronder in termen van de functies die zij vervullen. Op pagina 21 hebben we deze functies bovendien in een overzicht gezet. Dit geeft in één oogopslag ook een beeld van de omvang van de functies. De percentages in het schema zijn gebaseerd op de uitkomsten van de enquête onder presentatie-instellingen.

Presentatie van kunst van nu

Presentatie-instellingen tonen eigentijdse kunst aan een publiek. Meestal een publiek van kenners, veelal ook een breder publiek van geïnteresseerden. Vaak, maar lang niet altijd, gaat het om werk van jonge en minder bekende kunstenaars. Hoe verschillend zij ook zijn, allemaal richten de presentatie-instellingen zich op 'kunst van nu voor nu'.⁴

Hun focus op actualiteit en nieuwe ontwikkelingen maakt de presentatie-instellingen voor het publiek uniek. Zij bieden de plekken waar experiment te zien is, maken zichtbaar waar het onderzoek van kunstenaars van nu zich op richt. Musea doen dit niet of in ieder geval veel minder. Zij presenteren vooral gevestigde kunstenaars – en geven daarmee ook een kwaliteitsstempel af: musea hebben veel meer een consoliderende functie.

Vaarwater

Guus Beumer, directeur van Marres (presentatie-instelling in Maastricht),

³ Meer informatie over de historie van de presentatie-instellingen in het paper 'Een kwestie van formaat, kleine kunstinitiatieven in Nederland en Londen' van Thomas van den Oever en Agnes Winter (RUG, master Kunstgeschiedenis, januari 2012).

⁴ Dat neemt niet weg dat presentatie-instellingen regelmatig ook werk van gerenommeerde kunstenaars of 'mid career' kunstenaars tonen. Vaak is dat in combinatie met het werk van jonge(re) collega's.

signaleert dat de focus op actualiteit die voorheen behouden was aan presentatie-instellingen, ook bij musea populair is geworden. "Je ziet dat actualiteit een marketingstrategie aan het worden is. In die zin zijn presentatie-instellingen en musea steeds meer in elkaars vaarwater gekomen." Waar presentatie-instellingen volgens Beumer sterk in zijn, is hun reflectie op de actualiteit, bijvoorbeeld door oudere kunstenaars in een actuele context naast jonge kunstenaars te plaatsen. Of zoals Marres dat zelf deed, door oude kunstwerken in een hedendaagse context te presenteren. Zo leende Marres religieuze voorwerpen (artefacten) van het Catharijneconvent in Utrecht en maakte daarmee een tentoonstelling die licht wierp op de betekenis van religieus erfgoed in deze tijd, in relatie tot kunst en kunstenaars van dit moment.

Actief in meerdere kunstdisciplines

Belangrijk is nog te vermelden dat presentatie-instellingen bijna allemaal actief zijn op het gebied van beeldende kunst (93% van de presentatie-instellingen, zo blijkt uit de enquête), maar daarnaast zijn ze ook actief op het gebied van nieuwe media (67%), performance/theater (42%), design (30%) en architectuur (21%).

Educatie en residentie

Twee andere belangrijke functies van de presentatie-instellingen zijn sterk aan de presentatiefunctie gekoppeld:

Educatie.

Drie kwart van de presentatie-instellingen ontwikkelen kunsteducatie activiteiten: workshops en cursussen, maar ook publieksparticipatieprojecten. Hier gaan we in het hoofdstuk over publiek (zie pagina 27) dieper op in.

Tijdelijke residenties

voor kunstenaars (artists in residence). Meer dan de helft van de presentatie-instellingen biedt kunstenaars voor een bepaalde periode een werkplek. Een periode waarin men meestal met één of meerdere kunstenaars of curatoren samenwerkt en komt tot een presentatie.

Internationale samenwerking en 'exposure'

Vrijwel alle presentatie-instellingen in Nederland hebben een internationale horizon. De contacten van presentatie-instellingen zijn voor 30% internationaal, zo blijkt uit de enquête. Het gaat hier om samenwerkingsverbanden met buitenlandse kunstenaars, theoretici en andere kunst- en cultuurprofessionals. Presentatie-instellingen presenteren werk van buitenlandse kunstenaars in Nederland, presenteren werk van Nederlandse kunstenaars in het buitenland en coproduceren met buitenlandse partners, hetgeen met regelmaat leidt tot reizende producties of tentoonstellingen. Internationale samenwerking is er ook op het gebied van onderzoek, educatie en het uitbrengen van publicaties, zoals in Former West. Former West is een meerjarig internationaal samenwerkingsproject tussen onder anderen BAK, basis voor actuele kunst (Utrecht), de Akademie der Bildenden Künste Wien (Wenen), Afterall Journal and Books London, Universiteit Utrecht, International Documentary Film Festival (Amsterdam), Museum of Modern Art Warsaw (Polen), Museu Nacional Centro de Arte (Madrid) en International Istanbul Biennial (Istanbul).

Het internationale karakter komt verder goed tot uitdrukking in de media-aandacht (60% van alle persuitingen zijn internationaal) en het publieksbereik (16% van het publiek komt uit het buitenland).

Verbinding met het lokale

Karakteristiek is dat presentatie-instellingen in Nederland hun internationale oriëntatie paren aan een lokale betrokkenheid en worteling. De gesprekken maken duidelijk dat de meeste presentatie-instellingen die combinatie van lokale en internationale reikwijdte ervaren als inspirerend.

Lokaal werken presentatie-instellingen samen met diverse partners. Een voorbeeld, wederom uit Utrecht, is dat van Expodium op het Kanaaleiland, waar men kunst bevordert in samenwerking met een aantal woningcorporaties, diverse kunstenaars en de Vrede van Utrecht. Een goed voorbeeld van lokale samenwerking en inzet is ook het project 'Ongezouten' in Deventer, waar presentatie-instelling Kunstenlab samenwerkt met onder meer het MKB (mid-den en klein bedrijf), de gemeente, onderwijsinstelling Saxion en Stichting Havenkwartier (broedplaats) om creatief ondernemerschap te bevorderen.

Presentatie-instellingen verbinden zich vanuit hun lokale betrokkenheid in toenemende mate ook met ruimtelijke of stedenbouwkundige vraagstukken (zie onder 'projecten in opdracht', pagina 20).

De lokale binding van presentatie-instellingen komt goed tot uitdrukking in het publieksbereik. Bijna de helft van het publiek van presentatie-instellingen is lokaal publiek.

Profileren

Volgens Lydia Jongmans, cultuur expert van de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) kunnen presentatie-instellingen meer doen om hun lokale betekenis te vergroten. In haar ogen zouden ze zich ten opzichte van elkaar en ook ten opzichte van opleidingen, werkplaatsen, broedplaatsen, kunstenaars, musea en educatiecentra voor de kunsten ter plaatse beter moeten profileren. "Zeker lokaal, waar je als presentatie-instelling gevestigd bent, moet je je positie en betekenis helder maken. Voor wie ben je er, wie is je publiek? En wat is je reikwijdte en context? Nationaal, internationaal of toch vooral lokaal? Het is logisch, vooral in grote steden, dat je beeldende kunst presenteert in een internationaal perspectief. Dat is waardevol, van daar uit kun je een nieuwe of andere blik op de beeldende kunst of op de maatschappij bieden."

Uit de diverse gesprekken wordt ook duidelijk dat het voor presentatie-instellingen belangrijk is expliciet te maken hoe zij – met de internationale oriëntatie en de levendigheid die zij brengen – het leven in de stad aantrekkelijker maken.

Reflectie: openen van werelden

Een andere karakteristieke component in het profiel van presentatie-instellingen is dat zij reflectie bieden op wat er op dit moment in de kunsten gebeurt – al dan niet naar aanleiding van een tentoonstelling, performance of andere presentatie of los daar van. Veel presentatie-instellingen organiseren lezingen en debatten, waarin kunstenaars en publiek met elkaar spreken. Veel presentatie-instellingen brengen ook tijdschriften of andere publicaties uit waarin reflectie wordt geboden op hedendaagse ontwikkelingen in de kunsten en de maatschappij. Zij helpen daarmee het – wat zij noemen – discours te vormen: nieuwe ontwikkelingen laten nieuwe manieren van zien en denken en verwoorden ontstaan.

Opdrachtgeverschap

Bijna drie kwart van de presentatie-instellingen vervult de rol van opdrachtgever: zij bieden kunstenaars de gelegenheid (ruimte, middelen, vaak ook begeleiding) iets nieuws te creëren, nieuw werk te maken in de context van een project met een bepaald thema of onderwerp. Dat kan een artistiek thema zijn, maar ook een reflectie op een bepaalde kunstvorm (graffitikunst in de jaren 80 bijvoorbeeld) of een maatschappelijk thema zoals de voedselindustrie.

De presentatie-instellingen laten kunstenaars daarbij soms de rol van (co) curator vervullen, trekken een of meerdere curatoren aan of betrekken andere professionals, zoals schrijvers, filmers, webdesigners, architecten of theatermakers.

Op die manier ontstaat vaak een levendige werkplek in de stad of het dorp – zoals in het portret van Kunsthuis SYB bijvoorbeeld goed naar voren komt (zie pagina 11).

Voorhoede functie: onderzoek en ontwikkeling

Omdat presentatie-instellingen er niet op gericht zijn het werk te verkopen (zoals galleries) en omdat ze de positie hebben om ook niet gecommercieerde kunstenaars te presenteren, hebben ze een grote mate van ongebondenheid om datgene te tonen wat nieuw is (en zichzelf nog niet heeft bewezen). Door hun kleinschaligheid en flexibiliteit – zij kunnen snel reageren, omdat ze niet vast zitten in een programma van tentoonstellingen dat al lang van te voren vastligt, zoals bij musea – kunnen presentatie-instellingen die rol van voorhoedespeler uitbuiten.

Zij bieden plaats aan onderzoek, vernieuwing en experiment. Door de kunstenaar de rol van curator te geven, door verschillende kunstenaars de opdracht te geven crossmediaal te werken (met verschillende kunst disciplines tegelijk) of door hen de gelegenheid te bieden een bijzondere interactie met het publiek aan te gaan – zoals MAMA in Rotterdam bijvoorbeeld deed in het project met een internetkunstenaar die het surfgedrag van publiek in zijn werk integreerde.

Verkenningsvliegtuigjes

“Je ziet dat presentatie-instellingen als productieplek een oefenplek zijn waar concepten gedeeld en gecommuniceerd worden,” zegt Joost Vrieler van het Mondriaan Fonds. Hij noemt als voorbeeld Smart Project Space (in Amsterdam), een combinatie van horeca, theater, film en beeldende kunstprojecten. “Onlangs heeft Smart de sleutel van het pand aan een kunstenaar gegeven met de opdracht de programmering op zich te nemen en daarbij helemaal zijn eigen voorkeur en idee te volgen. Een soort van gast-hoofdredacteur die alle functies van Smart naar zijn hand mocht zetten. Zo komen nieuwe ideeën tot stand, zo ontwikkel je nieuwe benaderingen.”

Madeleine van Lennep van het Mondriaan Fonds benadrukt het belang van die ontwikkelingsfunctie. “Presentatie-instellingen kenmerken zich door een sterke ontwikkelingsfunctie en we zien hen de rol van opdrachtgever nemen, verzamelaars en kunstenaars in contact brengen, nieuwe presentatievormen ontwikkelen. Presentatie-instellingen die goed functioneren, koppelen ontwikkeling aan presentatie. Dat maakt ze zo interessant.”

De presentatie-instellingen zelf zien deze functie ook als essentieel. Ann Demeester, directeur van de Appel arts centre (Amsterdam) verwoordt het zo:

“We zijn een kraamkamer, we hebben ruimte om flexibel te zijn en we kunnen direct inspelen op interessante ontwikkelingen. Musea zijn door hun aard en werkwijze – en zeker ook door het feit dat zij een collectie hebben die zij moeten presenteren en beheren – veel logger. Ik zie het museum een beetje zoals het Battlestar Galactica, zo’n groot moederschap met allemaal kleine gevechts- en verkenningsvliegtuigjes onder zich. Die kleine vliegtuigjes, dat zijn wij.”

Talentontwikkeling en professionalisering

De rol van talentontwikkelaar benoemen we hier als een aparte functie – die weliswaar in het verlengde ligt van de hierboven geschetste ontwikkelfunctie, maar toch ook een specifieke focus heeft. Het merendeel van de presentatie-instellingen heeft de functie van talentontwikkelaar: jonge en beginnende of iets meer gerijpte kunstenaars opdracht geven nieuw werk te maken en hen daarmee de mogelijkheid bieden zich te ontwikkelen in hun metier en kunstenaarschap – vaak in dialoog met andere kunstenaars.

Joost Vrieler van het Mondriaan Fonds noemt in dit verband de werkwijze van NP3 (uit Groningen) waar men in twee à drie ruimten een ervaren kunstenaar naast een jonge kunstenaar programmeert met de verplichting zich met elkaar te bemoeien, elkaar te bevragen. “Een meester-gezel-achtige structuur, die weer opnieuw wordt uitgevonden.”

Een klein aantal presentatie-instellingen biedt ook opleidingen aan kunstenaars, jonge verzamelaars (W139 in Amsterdam), curatoren of galeristen (de Appel arts centre – zie pagina 39).

Verskil met CBK's

Jules van de Vijver, voorzitter van het college van bestuur van de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht en voorheen directeur van de academies in Breda en Den Bosch, ziet presentatie-instellingen – en dan met name de typische kunstenaarsinitiatieven – als een belangrijk ‘middenveld’ waarbinnen jonge kunstenaars zich kunnen ontwikkelen in de presentatie van kunst en hun naar het publiek leren vinden.

“Vanuit het perspectief van de academies zijn presentatie-instellingen heel belangrijk. Zij vormen het eerste stadium in de professionele praktijk van mensen die van de academies af komen. Ze vormen een houvast, een plek om naar toe te gaan, een ontmoetings- en uitwisselingsplek. En omgekeerd is het ook zo dat academies belangrijk zijn voor de presentatie-instellingen: ze leveren heel veel vrijwilligers die dit soort instellingen in de lucht houden.” Van de Vijver vindt wel dat de presentatie-instellingen die rol bewuster op zouden kunnen pakken dan zij tot nu toe doen.

Lydia Jongmans (VNG) maakt wat dit betreft een verschil tussen CBK (centra voor beeldende kunst) en presentatie-instellingen. “CBK's hebben de functie om kunstenaars ter plekke te steunen in hun talentontwikkeling en te zorgen dat er een publiek is voor hun werk. CBK's hebben daarmee een sterk sociaal maatschappelijke component. Presentatie-instellingen gaan een stap verder. Zij zijn meer op het experiment gericht, ze tonen iets aan het publiek wat het nog niet kent. De kunst staat dan voorop en de presentatie-instelling is minder gericht op talentontwikkeling van de kunstenaar.”

Projecten in opdracht: maatschappelijke en ruimtelijke vraagstukken

Het ontwikkelen en uitvoeren van projecten in opdracht van overheden of bedrijven is een relatief nieuwe, maar groeiende functie van presentatie-instellingen. Onder andere Joost Vrieler van het Mondriaan Fonds signaleert dat veel presentatie-instellingen zich – vanuit hun positie in de gemeente of regio waar zij huizen – verbinden met stedenbouwkundige en ruimtelijke vraagstukken. Hij noemt het voorbeeld van OpTrek in Den Haag. “Zij deden projecten in de Transvaalbuurt – een wijk in transitie. Onder meer hebben zij Hotel Transvaal opgericht met tijdelijke hotelkamers in panden die voor de sloop bestemd waren. Die werden door ontwerpers ingericht en je moest de buurt in voor je ontbijt of diner. De buurt werd in feite als hotel gebruikt. Het project was waardevol voor zowel kunstenaars, publiek als buurtbewoners. Een fijnzinnig spel met artistieke uitdaging en lokale effecten,” aldus Vrieler. Ook Guus Beumer van Marres in Maastricht vertelt dat zij in toenemende mate opdrachten krijgen om mee te denken en ontwerpen bij ruimtelijke vraagstukken. Zo heeft Marres van de gemeente Valkenburg de opdracht gekregen om te adviseren over een stedenbouwkundig plan. De provincie Limburg gaf Marres de opdracht om een meerjarenprogramma te ontwikkelen voor de omgang met het landschap.

Verbindende schakel

Al met al vormen de presentatie-instellingen in vele opzichten een verbindende schakel binnen de (beeldende) kunst. Als we kijken naar de ‘keten’ van onderzoek & ontwikkeling, productie, presentatie en publieksbereik in de hedendaagse beeldende kunst – dat is een gangbare opeenvolging waarbinnen een kunstwerk of tentoonstelling bedacht, gemaakt en vervolgens tentoongesteld wordt en dus zijn weg naar het publiek vindt – stellen we vast dat de presentatie-instellingen vooral voor wat betreft de eerste drie functies een belangrijke rol spelen. Zij stimuleren de productie en presentatie van hedendaagse kunst en geven daarmee ook inhoudelijk een impuls aan de vernieuwing en ontwikkeling daarvan.

Als talentontwikkelaars vervullen presentatie-instellingen eveneens een schakelrol. Zij bieden beginnende zowel als wat rijpere kunstenaars de mogelijkheid hun talent en professie door te ontwikkelen en vormen voor een aantal kunstenaars daadwerkelijk de opstap naar een presentatie in het museum. Voor curatoren zijn de presentatie-instellingen eveneens een leerplek, waar zij hun metier kunnen aanscherpen.

Presentatie-instellingen tenslotte brengen kunstenaars, curatoren, verzamelaars, andere kunstprofessionals en regelmatig ook een breder publiek met elkaar in contact en zijn in die zin een belangrijk platform voor ontmoeting en uitwisseling, reflectie en debat. Dit doen ze in een schakelfunctie tussen het lokale en het internationale.

Presentatie-instellingen

Presentatie instellingen en hun functies

NB: de genoemde percentages zijn overgenomen uit de resultaten van de enquête.

Educatie

- workshops, cursussen
- participatie projecten
- andere educatie activiteiten en vormen van kennis verspreiden

75% van de PI ontwikkelt educatie activiteiten

Opdrachtgeverschap/productie

- opdracht verlenen aan kunstenaars en curatoren
- kunstwerken/tentoonstellingen produceren
- begeleiden van kunstenaars en/of curatoren

74% van de PI produceert

Talentontwikkeling en professionalisering

- kansen bieden aan kunstenaars
- begeleiden van kunstenaars
- opleiding en training

63% van de PI doet aan talentontwikkeling en professionalisering
37% van de PI ontwikkelt professionaliseringstrajecten

Onderzoek en ontwikkeling

- ontwikkelen van nieuwe perspectieven op kunstenaarschap
- ontwikkelen van nieuwe presentatie concepten en formats
- ontwikkelen van nieuwe visies op de relatie kunst en samenleving

56% van de PI doet aan onderzoek en ontwikkeling

Projecten in opdracht

47% van de PI realiseert projecten in opdracht

Residentie

53% van de PI biedt kunstenaars residentie plekken

Presentatie

(fysiek en/of digitaal)

- tentoonstellingen
- performances
- evenementen
- weblogs, websites, etc.

95% van de PI realiseert tentoonstellingen
84% van de PI realiseert performances

Reflectie

- debatten, lezingen, discussies e.d. organiseren
- tijdschriften en andere publicaties uitgeven

91% van de PI organiseert debatten, lezingen etc.

58% van de PI geeft tijdschriften etc. uit

Internationale samenwerking en 'exposure'

- presentaties in het buitenland
- presentatie buitenlandse kunstenaars in Nederland
- coproducties met internationale partners

Van alle contacten van PI met kunstenaars, theoretici en andere professionals was:

30% internationaal contact

60% van alle media-aandacht voor PI betrof internationale persuitingen

16% van alle publiek was internationaal publiek



Nest (Den Haag)

Het begon allemaal met een vervallen gebouw dat moest blijven staan omdat het een geluidswerende functie vervulde. Een gebouw dat ze van de gemeente Den Haag mochten betrekken als ze een stichting werden en het opknaptten. 'Ze' waren een kleine veertig kunstenaars en ontwerpers. 'Ze' waren ook een aantal andere organisaties, waaronder Zeebelt (productiehuis en podium voor theater), Studio Loos (centrum voor nieuwe muziek) en Danslab (een choreografeninitiatief).

Beneden de ateliers was een gigantisch grote lege ruimte. Het idee was dat er vanzelf exposities zouden komen, wanneer die veertig beeldend kunstenaars en ontwerpers samen schoolden. Dat viel tegen, vertelt Eelco van der Lingen, directeur van Nest. "Er werd wel veel vergaderd. Altijd op donderdagavond door een clubje dat zich de Nestraad noemde. Er gaat hier iets gebeuren!, dacht ik altijd als ik hen zag. Toen ze op een gegeven moment een presentatie gaven, ging ik er naar toe. Ze vroegen of ik plannen had. Ik was verbaasd. Ze bleken geen programma te hebben, ze hadden nog niets!" Van der Lingen was net terug uit Londen waar hij een master of digital arts had gedaan. Hij voerde op dat moment een intensieve gedachtewisseling per email met een bevriende kunstenaar uit Engeland over kunstenaars die zij allebei belangwekkend vonden. Het leidde uiteindelijk tot de eerste tentoonstelling in de geschiedenis van Nest, nu ruim vier jaar geleden, in 2007.

Methode

De manier waarop hij toen tot een tentoonstelling kwam, zou zich uitkristalliseren tot een methode. Nestelen, heet die inmiddels. Een methode die altijd de eigen interesse van een curator en co-curator als uitgangspunt neemt en een onderliggend thema in die gezamenlijke belangstelling naar boven laat komen. Een thema dat een aantal kunstenaars bij elkaar brengt en een context geeft aan hun werk. Kunstenaars van dichtbij, maar ook van ver, jonge en gevestigde. En dan niet volgens het principe: werkje ophangen, klaar. De (gast)kunstenaars verblijven in de gastateliers van Nest die fungeren als artists-in-residence-plekken. De kunstenaars werken samen, becommentariëren elkaars werk, geven lezingen en er worden bijeenkomsten georganiseerd met curatoren en journalisten. Zo ontstaat de basis van Nest: de samenkomst van levende kunst. De projecten komen voort uit een dialoog over verwantschappen, invloeden en beweegredenen.

Die allereerste tentoonstelling had als thema 'andere werkelijkheid'. Kunstenaars gingen in op de subjectiviteit van de werkelijkheid, of creëerden werkelijkheden die niet werkelijk waren. "Je kon bijvoorbeeld sensoren op je lichaam krijgen," legt van der Lingen uit. "Sensoren die begonnen te kloppen en je botten in trilling brachten. Op die manier ontstond een toon, je hoorde een geluid dat er niet was, heel onwerkelijk. We lieten ook het werk zien van een kunstenaar die de wijk waarin hij woonde tot een game-omgeving had gebouwd. Hij liep in die game als het ware door zijn wijk, heel realistisch. Maar die wijk was heel leeg en heel stil, een beetje beangstigend."

Publiek is de noodzakelijke factor

De eerste tentoonstelling werd een succes en Eelco van der Lingen werd gevraagd er nog een te maken. Dat wilde hij op voorwaarde dat Nest een formele, professionele organisatie werd. "Kunstenaarsinitiatieven rusten vaak op een of een paar personen," legt hij uit. "En sterven af wanneer die personen er niet meer hun passie in willen of kunnen steken. Bovendien vind ik dat je jezelf naar een hoger plan moet trekken. Je moet je richten op de relatie tussen kunstenaar, werk en publiek, niet op de kunstenaar alleen. Publiek is de noodzakelijke factor. Het publiek geeft je uiteindelijk bestaansrecht." Hij vindt het belangrijk dat Nest zich expliciet verhoudt tot het publiek. En dat betekent onder andere dat Nest heel erg zijn best doet om in begrijpelijke taal te communiceren. Niet meedoet aan het 'intellectuele, kunsttheoretische debat' dat veel van de actuele kunst omgeeft - en dat sinds het 'postmodernisme' in de jaren 80 wel erg ingewikkeld is geworden. 'Kunst heeft geen Franse filosoof nodig om waardering te vinden' prijkt daarom ook als titel op het gouden boekje waarmee Nest dit jaar terugblijkt op de eigen korte en turbulente geschiedenis.

Van de Mondriaan Stichting (tegenwoordig Mondriaan Fonds) kreeg hij de wind mee en kon aan Nest gaan bouwen.

Even wennen

De kunstscène vormt een deel van het publiek, maar Nest bereikt toch vooral ook graag een grotere groep van mensen die geïnteresseerd zijn in kunst. "Daar moet je je drempel zo laag mogelijk voor maken. Dat begint met taal en communicatie, maar ook sfeer is belangrijk. Als je hier bij Nest binnen komt lopen, word je verwelkomd door een suppoost. Je kunt een kop koffie of thee drinken, de suppoost vraagt of je iets wilt weten. Mensen moeten vaak eerst even wennen voor ze hedendaagse kunst leren waarderen. Daarom kunnen ze hier ook rustig een krant lezen, zonder al te veel naar het werk te kijken."

Nest houdt publiekscijfers bij. In het begin kwamen er tussen de 200 en 300 mensen per tentoonstelling, inmiddels

zijn dat er tussen de 800 en 1000. Die 1000 waren trouwens wel mede als gevolg van de museumnacht. Als het aan Eelco van der Lingen ligt, zijn dat er over een jaar of wat vijf keer zoveel. Hoe hij dat gaat doen? "Meer communiceren. We hebben net Nest TV ontwikkeld, van iedere tentoonstelling is een filmpje te zien over het thema. Inmiddels staan er al drie op de site. We hebben ook plannen om hier een lunchroom te maken en een hoek met vitrines, waarin je de dingen ziet die je via de website kunt kopen."

Een laag waarin dingen bijzonder worden

Kan hij uitleggen waarom het publiek naar Nest komt of zou moeten komen? Wat is er interessant of waardevol wanneer je kijkt naar de hedendaagse ontwikkelingen in de kunst? Wat hij interessant vindt, is het fenomeen dat er naast de dagelijkse realiteit een andere werkelijkheid is. "Een laag waarin dingen bijzonder worden, waar percepties anders zijn, waar de dingen anders blijken te zijn dan ze op het eerste gezicht leken. In die zin, ja, was die eerste tentoonstelling wel een soort bron. Daaraan zijn vragen verbonden over wat waar is en wat niet. Dat kan ook een politieke of maatschappijkritische lading hebben. Beelden- de kunst kan openingen geven, een ander zicht bieden."

Zonnig

Hij ziet de toekomst zonnig tegemoet. Het publiek groeit, er zit ontwikkeling in het concept waarmee Nest tentoonstellingen maakt. Zo is er een nieuwe 'lijn' toegevoegd: Nestarchy. Binnen de Nestarchy-programmering wordt kunstenaars gevraagd te experimenteren met presentatie, te spelen met de basiselementen van presentatie. Met de naam bijvoorbeeld. Een van de tentoonstellingen kreeg de titel 'I'm Not Here'. Kunstenaars, variërend van internationaal befaamd tot net van de academie, presenteerden hun werk onder pseudoniem. Waarmee de blik van de 'kenner' opeens even gelijkgeschakeld werd met die van de leek. De expositie van dit moment heet 'Walls included' en neemt de principes van 'the white cube' onder de loep. Het is, het lijstje op de website tellend, alweer de 33ste tentoonstelling van Nest.

Voor de komende vier jaar gaat Eelco van der Lingen subsidie aanvragen bij de gemeente Den Haag en hij heeft goede hoop dat dat gaat lukken. "We zijn bezig met alles dat zij belangrijk vinden: educatie, publieksbereik, toegankelijkheid en we hebben zelfs al een begin gemaakt met andere vormen van financiering, zoals sponsoring." Die sponsoring gaat in natura overigens, zo krijgt Nest gratis kunsttransporten van een bedrijf, waar Nest een VIP-ontvangst tegenover stelt.

Nest krijgt een meerjarensubsidie van het Mondriaan Fonds. Verder subsidiëren de gemeente Den Haag en Stroom op projectbasis. Educatie-activiteiten worden mede ondersteund door Fonds 1818 en Het SNSReaal Fonds.

Publiek: learning by doing

Het algemene beeld – een beeld dat ook uit de enquête die we deden naar voren komt – is dat presentatie-instellingen vooral een publiek trekken dat al in hedendaagse beeldende kunst geïnteresseerd is: professionals/kunstkenneren en een bredere groep van algemeen geïnteresseerde ‘leken’ (dat wil zeggen: niet per se deskundig op het gebied van beeldende kunst). De resultaten van de enquête laten zien dat 86% van de presentatie-instellingen een professioneel geïnteresseerd publiek bereikt, 84% krijgt ook de geïnteresseerde ‘leek’ over de vloer.

Jongeren en studenten vormen een relatief grote groep onder het publiek: 61% van de presentatie-instellingen bereikt deze publieksgroep. Bijna de helft van het publiek komt van dichtbij (lokaal publiek) – de rest uit Nederland (36%) of het buitenland (19%). (zie pagina 49)

Kijken we naar de publieksaantallen, dan zien we dat presentatie-instellingen die de enquête hebben ingevuld, samen in totaal 1,7 miljoen bezoekers trokken in 2011. Wanneer we dat extrapoleren naar de in totaal 91 presentatie-instellingen (die op het moment van het onderzoek lid zijn van De Zaak Nu), betekent dat dit circuit in totaal 3,2 miljoen bezoekers heeft getrokken in dat jaar. (zie voor aantallen activiteiten en publieksbereik ook pagina 48 en 51)

Opvallend is verder het grote bereik van de websites van presentatie-instellingen. Een website van een presentatie-instelling trok in 2011 gemiddeld iets meer dan 51.000 bezoekers. De presentatie-instellingen die ‘webbased’ activiteiten uitvoeren (dus presentatie via het web), trokken in 2011 gemiddeld 71.000 bezoekers per instelling (zie pagina 49).

Huiver

Toch hebben presentatie-instellingen grote huiver om afgerekend te worden op hun publieksaantallen. Gezien hun aard en identiteit richten presentatie-instellingen zich niet per definitie op ‘het grote publiek’. Uit de gesprekken met de presentatie-instellingen komt naar voren dat zij liever inzetten op commitment en betrokkenheid van het publiek. De kwaliteit van de relatie is voor hen belangrijker dan de aantallen op zichzelf. Daarom is het goed nog eens van wat meer nabij naar het publieksbereik te kijken en naar de doelen die presentatie-instellingen zichzelf stellen wat dit betreft.

Een wereld te winnen

Belangrijke observatie is dat het voor de buitenstaander niet altijd duidelijk is wie de presentatie-instellingen zijn en wat zij precies doen. Lydia Jongmans (VNG) heeft enkele jaren geleden geprobeerd om de functies van de presentatie-instellingen te groeperen, om deze meer herkenbaar te maken. Dat is toen niet goed gelukt, de presentatie-instellingen bleken zeer verschillend, vertelt ze. Voorafgaand aan het interview dat wij hadden, deed Jongmans opnieuw

een klein onderzoek en vertelt daarover: "Ik ben geïnteresseerd in wie de presentatie-instellingen zijn en wat zij doen. Ik heb een stuk of tien willekeurige websites bekeken en wat mij opvalt is dat ik – en ik sta voor een gewoon publiek dat gemiddeld geïnteresseerd is in hedendaagse beeldende kunst – moeilijk een beeld krijg. Onduidelijk blijft – op een enkele uitzondering na – wie ze zijn en wat er te doen valt. De sites zien er op zichzelf leuk uit, maar die informatie vind ik er niet. Ik zie heel veel namen van kunstenaars, maar het is meestal niet duidelijk wie ze zijn, waar ze vandaan komen en waarvoor ze staan."

Jongmans staat niet alleen in haar observaties, meerdere 'stakeholders' die wij interviewden herkenden dit beeld. Vanuit het Mondriaan Fonds wordt gesignaleerd dat het bewustzijn met betrekking tot publieksbenadering, het type publiek dat men wil bereiken en met welke middelen en strategieën, sterk varieert tussen presentatie-instellingen onderling. "Ook al ben je heel specialistisch, ook al richt je je helemaal op de autonome kunst, dan nog kun je je positie duiden," stelt Madeleine van Lennep.

Er valt hier dus nog een wereld te winnen. Presentatie-instellingen kunnen zichzelf helderder presenteren en profileren: helderder zijn over het publiek dat zij willen bereiken en in het verlengde daarvan een keuze maken over het kennisniveau dat zij als presentatie-instelling verwachten of vooronderstellen. Weten hoeveel ze moeten uitleggen, hoeveel namen ze moeten duiden.

Creatieve ondernemers

Uit ons deelonderzoek onder presentatie-instellingen komt naar voren dat veel presentatie-instellingen zich inspannen om een nieuw en breed (vooral lokaal) publiek te bereiken naast het gebruikelijke 'kunstpubliek'. Sommige presentatie-instellingen slagen hierin, zoals het Kunstfort (Vijfhuizen) waar door de combinatie van erfgoed, recreatie, kunst en bedrijfsfaciliteiten een zeer divers publiek komt. Ook het Groningse NP3 weet door hun verschillende locaties, waaronder een bushalte waarin video's worden vertoond, een breed publiek aan te spreken. Bij andere instellingen lukt het ondanks de inspanningen nog niet helemaal om een divers publiek te bereiken.

Aan de andere kant zijn er ook presentatie-instellingen die zich nadrukkelijk alleen (blijven) richten op dat gespecialiseerde publiek uit de kunstsector. Deze instellingen focussen sterk op de inhoud, waarbij de kunstenaar centraal staat, en bieden ruimte voor specialistisch debat en diepgang.

Verschillende presentatie-instellingen noemen de lokale, creatieve ondernemers als een potentieel nieuw publiek. Er bestaan overeenkomsten tussen de hedendaagse kunst en deze creatieve ondernemers, waardoor toenadering logisch lijkt. Beide groepen zijn bezig met innovatie en experiment. Presentatie-instellingen bieden lokale creatieve ondernemers onder andere dagprogramma's met een rondleiding of workshop aan en zij krijgen zo de kans om te netwerken en elkaar te inspireren.

Strategieën

Het merendeel van de presentatie-instellingen werkt met een (twee)jaarlijks beleids- en communicatieplan, terwijl een aantal kleinere instellingen vooral op projectbasis of intuïtief werkt.

Vrijwel alle presentatie-instellingen maken gebruik van de vaste communicatiemiddelen (website, nieuwsbrief, social media) waarmee ze vooral hun vaste achterban op de hoogte houden. Manifesta is in dat opzicht een uitblinker. Ter voorbereiding van de biënnale die zij organiseren, zijn ze twee jaar intensief bezig met het actief benaderen van de lokale 'community'.

Veel presentatie-instellingen kiezen ervoor samen te werken met andere kunstinstellingen om een grotere reikwijdte en bekendheid te krijgen. Zo organiseerde Nieuwe Vide de Haarlemse Lente, een soort museumnacht langs presentatie-instellingen, galeries en musea die zeer succesvol was. Ook voor andere presentatie-instellingen zijn grote lokale evenementen een manier om meer publiek en naamsbekendheid te krijgen, zoals de jaarlijkse opening van het culturele seizoen in Rotterdam 'De Wereld van Witte de With', waarop presentatie-instellingen TENT en Witte de With naadloos kunnen aansluiten. Diverse presentatie-instellingen geven aan in hun communicatie actief te letten op het taalgebruik, zodat de teksten toegankelijk blijven en bijvoorbeeld kunstjargon vermeden wordt.

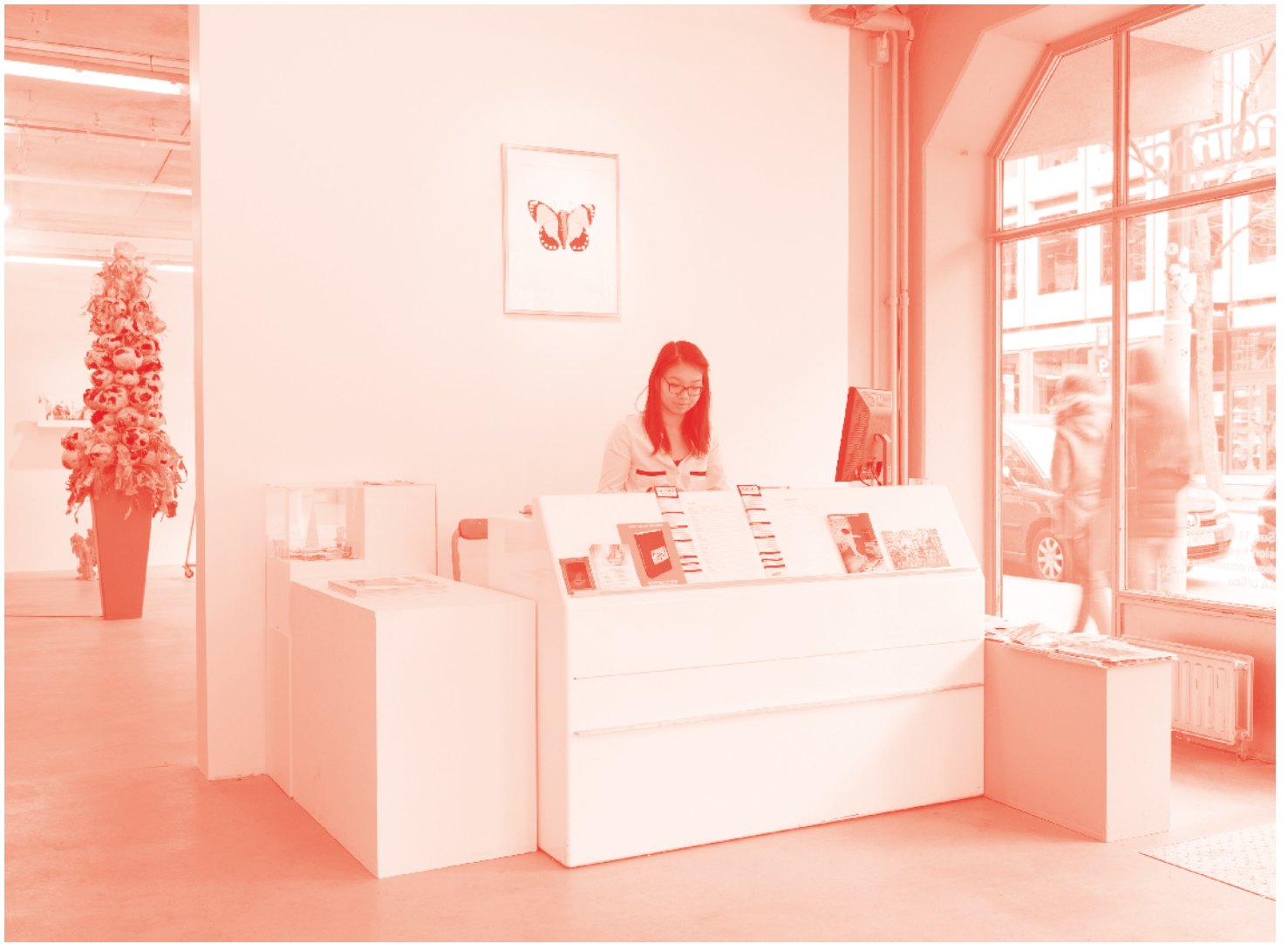
Educatie: learning by doing

Vrijwel alle presentatie-instellingen vinden educatie belangrijk – al hebben niet alle instellingen ook de capaciteit en/of expertise om uitgebreide educatieprogramma's te ontwikkelen en uit te voeren. Slechts de wat grotere instellingen die zich op een breed publiek willen richten, doen dit. Een aantal presentatie-instellingen geeft aan dat hun programma's in zichzelf educatief zijn. Dan gaat het om het leerproces van de projecten en activiteiten zelf. "Leren zit in het doen. Learning by doing." (W139).

De gedachte dat publiek het meeste leert door zelf kunst te maken of op andere manieren in de kunstprojecten te participeren, is wijd verbreid onder de presentatie-instellingen en misschien zijn zij ook in die zin wel een voorloper of voorhoedespeler. Showroom MAMA in Rotterdam (zie pagina 31) trekt dit idee ver door met de Rookies: programma's waarin jongeren zelf als vrijwilliger in de presentatie-instelling gaan werken.

Chris Dercon, directeur van het Tate Modern museum in Londen – en voormalig directeur van het Boijmans van Beuningen museum in Rotterdam en het Haus der Kunst in München – signaleert dezelfde tendens: publiek wil niet meer aan de kant staan, maar zelf meedoen, zelf deelnemen. Hij noemt het "een constructieve pedagogie waarin mensen leren over kunst door het zelf te maken."

Jules van de Vijver (College van bestuur Hogeschool voor de Kunsten Utrecht) trekt, gevraagd naar deze rol van presentatie-instellingen, een vergelijking met de oude tekengenootschappen in de 19^e eeuw. "In de 19^e eeuw had je talloze genootschappen rond kunst en wetenschap. Zo had je ook tekengenootschappen – als opvolgers van de oude gilden. Kenmerkend van die tekengenootschappen is de verbinding die daar gelegd werd tussen professionele kunst en amateurkunst. Er kwamen zowel gildemensen – de professionals – als liefhebbers: notabelen en hun vrouwen." Ondanks de verschillen in tijd, ziet Van de Vijver duidelijk overeenkomsten tussen de tekengenootschappen van toen en de presentatie-instellingen van nu, zoals deze vruchtbare mix tussen professionele kunstenaars en een geïnteresseerd publiek van liefhebbers (letterlijk: amateurs) die zelf kunst beoefenen of maken. Het is deze vorm van cultuurparticipatie die het bewustzijn van het belang van kunst en cultuur sterk stimuleert, aldus Van de Vijver.



MAMA – showroom for Media and Moving Art (Rotterdam)

De website van MAMA maakt meteen duidelijk waar MAMA voor staat: “MAMA is een platform voor visuele cultuur op het grensvlak van beeldende kunst en populaire cultuur en een thuisbasis voor de jongste generatie beeldmakers, kunstenaars en publiek tussen de 16-26 jaar. MAMA maakt tentoonstellingen, boeken en tijdschriften, organiseert performances en events, presenteert en vertegenwoordigt jonge kunstenaars in binnen- en buitenland en maakt deel uit van een internationaal netwerk van gelijkgezinde organisaties.”

De grote ramen van de showroom laten op dit moment zwart-wit beelden zien, stripachtige figuren en teksten. ‘Kak met een grote K’ staat er pal op ooghoogte, naast andere kreten en citaten. Raamprojecten noemen ze deze tussentijdse presentaties op de ramen bij MAMA. “We zitten midden in Rotterdam, pal aan de straat en benutten graag die extra mogelijkheid om jonge kunstenaars een outlet te geven, zonder de druk van een tentoonstelling,” vertelt Ariadne Urlus, sinds twee jaar directeur van MAMA.

Subcultuur

MAMA werd in 1997 in het leven geroepen door twee kunstenaars en stond voor subcultuur, straatcultuur, populaire cultuur. Veel graffiti. Grafische vormgeving ook. En staat daar nog steeds voor. De ‘graffiticus’ van vijftien jaar geleden, is nu de ‘nerd’ geworden: de kunstenaar die ook programmeur is en zich beweegt in de wereld van de games, apps, blogs en digitale beeldenstromen. De kunstenaar die een mix zoekt van fysieke en digitale werkelijkheid. En die altijd crossmediaal werkt. Het feit dat MAMA met jonge kunstenaars werkt, betekent niet dat ze beginners presenteren. Integendeel, MAMA legt de lat hoog. “Veel kunstenaars die we brengen, komen terecht in het museale circuit,” vertelt Ariadne Urlus. Ze is met stip de oudste bij MAMA. Jong noemen ze bij MAMA ‘younger than Jesus’. Niet ouder dan 33 jaar dus.

“Wij werken met kunstenaars die zich bedienen van verschillende platformen. Een tentoonstelling op vierkante meters is maar één van de opties. We spelen met het concept presentatie: wat is er nodig om iets te presenteren? Want dat verschuift. Zo hadden we vorig jaar het project ‘online residency’ (www.onlineresidency.com). MAMA gaf opdracht een online kunstwerk te maken.”

Ze benadrukt dat de fysieke presentatie wel de basis blijft. "Het is voor ons een voorwaarde voor alle andere dingen die we doen. En het is ook wat MAMA zichtbaar maakt binnen de kunstwereld."

Herkenbaar

Het werk dat MAMA laat zien, staat altijd in relatie tot de actuele maatschappij, zegt Ariadne Urlus. "Het is echt van deze tijd." Toch is hoe het werk eruit ziet minstens zo belangrijk als waar het over gaat. "Bij MAMA proberen we met wat we tonen het publiek visueel te overtuigen. Er zijn zoveel goede kunstenaars en kunstwerken, je moet kiezen. Wij kiezen voor herkenbaar aanbod. We krijgen kunstkenneren over de vloer, maar het merendeel van ons publiek is in veel opzichten nog beginner. Dat maakt dat we werk willen laten zien met een herkenbaar aanknopingspunt."

Die aanknopingspunten zitten vooral in de hedendaagse, populaire beeldcultuur: beelden van de televisie, de straat, de muziek, de mode ook. Een goed voorbeeld vindt ze de tentoonstelling door Lizzie Fitch en Ryan Trecartin die net is afgelopen. "Een Amerikaanse kunstenaarsduo. Zij baseren hun hele oeuvre op het samplen van beelden uit de beeldcultuur. Ryan is filmmaker, Lizzie beeldhouwer. Samen richtten ze bij MAMA een driedimensionale tentoonstelling in, waarin Ryans films werden getoond - die door Lizzie gemaakte objecten als attributen bevatten - objecten die ook fysiek te zien waren in de tentoonstelling. Bovendien refereerden ze sterk aan de wereld van consumptie. Ze verzamelden goederen en producten uit allerlei winkels en assembleerden die tot kunstobjecten die een groter verhaal vertellen over mediacultuur en consumptiemaatschappij."

Rookies

Naast tentoonstellingen in vele vormen en maten, biedt MAMA programma's voor talentontwikkeling: Rookies, Rookies ME en binnenkort ook Rookies Junior voor het voortgezet onderwijs. De term 'rookie' komt oorspronkelijk uit de Amerikaanse sportwereld en staat voor jong, veelbelovend talent. Rookies zijn creatief geïnteresseerde jongeren die vooral ook zelf iets willen doen, zelf iets willen maken. Ze verbinden zich een jaar lang aan MAMA als vrijwilliger om al doende te leren en werkervaring op te doen. Zij zijn bijvoorbeeld de drijvende kracht achter de raamprojecten - de tussentijdse presentaties op de grote ramen van de showroom. Ariadne Urlus vertelt dat de Rookie-projecten al een paar jaar draaien. "De Rookie pool wordt steeds breder en groter. We werken op projectbasis samen met andere organisaties, zoals het hiphophuis. Belangrijke samenwerkingspartner voor de toekomst zal ook het productiehuis Rotterdam zijn. Als het allemaal doorgaat gaan we onze talentontwikkeling koppelen - waarbij de showroom ook theaterpodium kan zijn en andersom." Ze ziet talentontwikkeling als een belangrijk onderwerp voor de toekomst. Ze

signaleert dat de plekken waar jonge mensen leerervaring op kunnen doen in het creëren en presenteren van projecten, steeds schaarser worden. Toch zullen zij, als ze van de academie af komen, altijd leerscholen nodig hebben om zich te ontwikkelen in hun vak.

Kleilandschap

Ook het publiek mag bij MAMA regelmatig meedoen. "Op gezette tijden verzinnen we publieksprojecten. De tentoonstelling van de Amerikaanse Brad Troemel is daarvan een goed voorbeeld. Hij is een 'nerd' of internetkunstenaar. Een leuke, jonge vent die projecten doet tussen de online wereld en de 'echte wereld' in. Hij maakt kunst samen met publiek. In het project dat hij voor MAMA deed, kon je je als lid opgeven van de 'surf cave' en vanaf dat moment werd je surfgedrag getrackt: van jouw computer werden beelden gehaald en onderdeel gemaakt van zijn kunstwerk. Dit vind ik een heel hedendaagse vorm van publieksparticipatie."

Het publiek doet ook mee met de grote tentoonstelling in de Rotterdamse Kunsthal komend najaar, waarmee de Kunsthal en MAMA terugblikken op de vijftienjarige geschiedenis van MAMA. Met nieuwe projecten en reconstructies van oude projecten - waaronder een participatieproject uit het begin van de MAMA-geschiedenis: de Kunsthal krijgt een berg van vele kilo's kleurenklei waarmee het publiek naar hartelust werkjes kan maken die allemaal onderdeel worden een groot kleilandschap.

Nieuw publiek

MAMA bereikt een relatief groot publiek en dit is ook het publiek dat MAMA wil bereiken. "We doen publieksonderzoek via scheurenquêtes - dat is natuurlijk niet representatief, maar geeft wel een goed beeld van ons publiek. We doen het al jaren. Zestig procent van ons publiek is tussen de 16 en 30 jaar. De trend is dat we steeds meer mensen van buiten Rotterdam trekken. Momenteel geven de meeste aan uit de Randstad te komen, Nederland staat op twee en Rotterdam en Europa op een gedeelde derde plaats. Buiten Europa is de kleinste categorie. Per project proberen we ook altijd nieuw publiek te bereiken. We willen ons bereik vergroten, maar nooit alleen op kwantiteit. We willen graag betrokken publiek. Ons ideale publiek bestaat - in theorie - uit potentiële Rookies. Zo betrokken dat ze ook zelf iets gaan doen of maken."

MAMA ontvangt structurele subsidie van het ministerie van OCW en de stad Rotterdam.

Organisatie en ondernemerschap

Het klassieke kunstenaarsinitiatief – waaruit veel presentatie-instellingen zijn voortgekomen – is een mooi voorbeeld van ondernemerschap: zelf tentoonstellingen en evenementen organiseren om te kunnen doen en te laten zien wat je belangrijk vindt – en daarvoor een publiek vinden. Niet afwachten tot de wereld in beweging komt, maar zelf het heft in handen nemen.

Daarom is het ook niet zo gek dat cultureel ondernemerschap als een bekend fenomeen wordt gezien binnen het circuit van presentatie-instellingen – zo als uit ons deelonderzoek blijkt. Iedereen beschouwt zichzelf als cultureel ondernemer en gaat zo te werk. Cultureel ondernemerschap wordt door de presentatie-instellingen vooral gezien als een houding: weten hoe projecten van de grond te krijgen – met of zonder middelen en zonder concessies aan de inhoud.

Subsidiebeleid

Het circuit van presentatie-instellingen had tot voor een aantal jaren geleden beperkte mogelijkheden om gesubsidieerd te worden door het rijk. Voor het merendeel waren de presentatie-instellingen aangewezen op projectsubsidies van gemeenten en middelen van de Mondriaan Stichting (per 2012 Mondriaan Fonds)⁵.

Er kwam een wending in het beleid toen de Mondriaan Stichting aan de gemêleerde verzameling van initiatieven een beleidsterm ('presentatie-instellingen') én een functie koppelde: de presentatie-instellingen zijn een belangrijke schakel in de 'keten' van de beeldende kunst die begint met onderzoek en ontwikkeling, leidt tot productie van werken, die vervolgens gepresenteerd worden en hun weg naar het publiek en andere afnemers vinden.

In 2009 werden voor het eerst presentatie-instellingen opgenomen in de culturele basisinfrastructuur (BIS) en ontvingen een vierjarige subsidie van het rijk. In 2009 werd ook de Geldstroom BKV (beeldende kunst en vormgeving) gedecentraliseerd naar 35 gemeenten die vanaf dat moment samen met het rijk verantwoordelijk werden voor de presentatie-instellingen in hun gemeente of regio. De geldstroom BKV blijft de komende periode bestaan.

Zoals bekend staat het kunst- en cultuurveld voor de periode 2013–2016 forse bezuinigingen te wachten en ook de presentatie-instellingen ontkomen hier niet aan. Het aantal presentatie-instellingen dat in de BIS kan blijven wordt gehalveerd⁶ en het Mondriaan Fonds krijgt een forse korting op het te besteden budget te verduren.

In zijn beleidsplan 2013–2016 kent het Mondriaan Fonds een speciale plaats toe aan kunstenaarsinitiatieven en presentatie-instellingen, juist omdat die een scharnierfunctie vervullen tussen kunstenaars, uiteenlopende publieksgroepen en het internationale veld⁷. "Deze organisaties combineren een lokale praktijk met een internationaal netwerk en fungeren voor kunstenaars en

5 Met de fusie van het Fonds BKVB en de Mondriaan Stichting is er per 1 januari 2012 één fonds gekomen voor de beeldende kunst en het cultureel erfgoed – een fonds dat subsidies verleent aan kunstenaars, bemiddelaars, instellingen en particulieren.

6 Per 2009 zijn 11 presentatie-instellingen toegelaten tot de cultuurnota en opgenomen in de BIS (4 jarig). Twee categorieën (grotere instellingen: 5 en kleinere instellingen: 6). Met het nieuwe kunstenplan (2013–2016) wordt dit aantal van 11 teruggebracht naar 6 (4 grotere instellingen, 2 kleinere instellingen). Criteria zijn onder meer: internationaal, ondernemerschap, spreiding en eigen inkomsten.

7 Bij het beoordelen van de positie en het belang van presentatie-instellingen kijkt het Mondriaan Fonds naar hun functie in de 'keten' en onderscheidt daarbij de trits: ontwikkelen, uitzetten en oogsten. De functie 'ontwikkelen' vormt de kern of motor van de keten. Daarbij gaat het om onderzoek, experiment en bijzondere productie. Hierop volgt de functie 'uitzetten', als een schil om deze kern heen. Met de functie 'uitzetten' bedoelt het Mondriaan Fonds het tonen en distribueren van resultaten van die ontwikkelingsfunctie. 'Oogsten' ziet het Fonds als de derde functie en buitenste ring; hier het gaat om zichtbaarheid, impact en effecten.

curatoren als laboratorium, productieplek en podium. Ze verzamelen door- gaans niet, zijn flexibel en vooral geïnteresseerd in experiment, vernieuwing en onderzoek. Hun internationale oriëntatie biedt betrokkenen toegang tot professionele netwerken die van groot belang zijn voor verdere ontwikkeling en zichtbaarheid.”⁸

Subsidie-afhankelijkheid

Presentatie-instellingen zijn er zeker niet op tegen om eigen inkomsten te genereren. Grotere eigen inkomsten maken de onafhankelijkheid groter: “Geld verdienen is geen doel op zich, maar wel een belangrijke factor voor onaf- hankelijkheid,” aldus de directeur van een van de presentatie-instellingen. Of – zoals een ander zegt: “Hoe beter het businessmodel, hoe experimenteler we kunnen werken.”

De meeste presentatie-instellingen zien het als een uitdaging –zo blijkt uit het deelonderzoek – om ook in de toekomst inhoudelijke projecten te blijven organiseren, waarmee eigen inkomsten kunnen worden binnengehaald. Verder willen veel presentatie-instellingen vooral doorgroeien en hun organisatie pro- fessioneler en zichtbaarder maken. Middelen die ze daarvoor willen inzetten zijn educatie, publieksbenadering en meer samenwerking tussen instellingen en met het bedrijfsleven.

Vooralsnog zijn de meeste presentatie-instellingen in sterke mate afhankelijk van subsidies. Kijken we naar de via de enquête verzamelde resultaten, dan zien we dat veruit de grootste financiële bronnen van de presentatie-instel- lingen gevormd worden door rijkssubsidie (29%), subsidies van gemeenten (23%) en subsidies van overige overheden (16%). Dit algemene beeld wordt genuanceerd door de wetenschap dat het merendeel van de presentatie- instellingen helemaal geen rijkssubsidie ontvangt, maar louter gemeentelijke subsidie. Deze kleinere organisaties hebben relatief weinig invloed op het algemene beeld dat uit de bovenstaande cijfers naar voren komt. Op een gedeelte nummer 4 en 5 van de ranglijst staan middelen van het Mondriaan Fonds van private fondsen (allebei 7%). Het aandeel ‘eigen inkomsten’ – onder andere publieksinkomsten, sponsoring en inkomsten uit opdrachten van der- den – is relatief klein: samen 13% van de totale inkomsten (zie pagina 53).

Aan ongeveer de helft van de uitgaven zijn activiteiten gebonden. Subsidievermindering zal dus onvermijdelijk leiden tot een vermindering van het aantal activiteiten.

Kleine organisaties: passie en professionalisering

Presentatie-instellingen zijn kleine organisaties (zie voor aantallen fte en me- dewerkers pagina 52). Opvallend is het relatief grote aantal vrijwilligers dat relatief weinig uren draait per vrijwilliger.

De cijfers laten de kracht van deze organisatie zien. Ze doen veel met weinig mensen. Er vonden in 2011 ruim 7500 activiteiten plaats, omgerekend naar de presentatie-instellingen in hun totaliteit (dat wil zeggen: de 91 instellingen die lid zijn van De Zaak Nu) zouden dat er 11.767 zijn, 226 per week. (zie ook pagina 48)

De cijfers laten ook zien dat presentatie-instellingen kwetsbaar zijn in die zin dat de organisatie op een beperkt aantal schouders rust. Net als andere kleine organisaties in de culturele sector, werken er mensen die meerdere functies

8 Experiment en eeuwigheid, Beleidsplan 2013–2016, Mondriaan Fonds, pagina 2.

tegelijkertijd vervullen. Van aparte 'afdelingen' voor publiciteit, marketing of educatie en publieksparticipatie is over het algemeen geen sprake.

Jules van de Vijver (HKU) signaleert dat er een gevaar schuilt in dit type kleine organisaties. "Je ziet bij dit soort initiatieven vaak een zekere mate van clubvorming rond een dragende kern. Regelmatig zie je na verloop van tijd een neiging tot geslotenheid."

Die persoonsgebondenheid van (een aantal van) de presentatie-instellingen is hun kracht en zwakte. De kracht zit hem in de inspiratie, visie, energie die een persoon of een kleine club geeft aan een initiatief – en tegelijkertijd is dat een valkuil (hetgeen wordt benoemd in het portret van Nest in Den Haag, zie pagina 23).



De Appel arts centre (Amsterdam)

Oudste presentatie-instelling in Nederland is de Appel arts centre (vanaf nu kortweg de Appel genoemd) in Amsterdam, opgericht in 1975. Geen subversief kunstenaarsinitiatief in een kraakpand, maar een van meet af aan door de overheid gesteund platform (de gemeente Amsterdam subsidieerde de Appel vanaf de start) met grote verbondenheid aan de museumwereld en de kunstwereld in het algemeen door de persoon die de Appel in het leven riep: Wies Smals. Zij had bij het Stedelijk Museum gewerkt, had een eigen galerie en kende veel kunstenaars uit vooral de VS en het toenmalige Oostblok persoonlijk. Ze richtte zich op een 'niche' in die tijd: de performance kunst. Na de dood van Wies Smals (zij kwam om het leven bij een vliegtuigongeluk in 1983) werd Saskia Bos directeur. Zij richtte zich in eerste instantie op films en installaties en positioneerde de Appel als 'trendscout' die veelbelovende buitenlandse kunstenaars een eerste solotentoonstelling bood. De Appel verhuisde naar een toplocatie - de Nieuwe Spiegelstraat. Voor het symbolische bedrag van één euro huurde de Appel het pand van een verzamelaar. Het was ook Saskia Bos die in 1994 startte met het curatorenprogramma, een 8 maanden durende 'pressure cooker' voor jonge curatoren - één van de eersten in Europa.

Inmiddels is de Appel een van de grootste presentatie-instellingen in Nederland (met een omvang van 7,5 fte) en heeft - na verkoop van het pand aan de Nieuwe Spiegelstraat en een tijdelijke tussenstop in een voormalige jongensschool in de Pijp - een nieuwe behuizing gevonden. Sinds twee jaar is Ann Demeester directeur. Ze is geboren in hetzelfde jaar als de Appel werd opgericht. Demeester focust op 'onderzoekende kunst' en brengt zowel aanstormende als 'midcareer' kunstenaars voor het voetlicht, die zich kenmerken door een unieke eigen stijl (persoonlijk dialect).

Humor en maatschappijkritiek

We treffen Ann Demeester twee weken voor de Appel opent op de nieuwe locatie aan de Prins Hendrikkade. Nu wordt er nog druk gewerkt. Trots laat Ann Demeester de expositiezalen zien. Vier zijn het er, heel verschillend in sfeer en grootte. 'Topsy Turvy, leve de omgekeerde wereld' is de titel van de groepstentoonstelling waarmee de Appel op de nieuwe locatie is geopend. Het is een samenwerkingsproject van de Appel met Eye Filmmuseum Amsterdam, de Veenfabriek Leiden en Teylers Museum Haarlem, dat 'carnaval' als

verbindend thema heeft: carnaval dat - net als kunstenaars - de orde en regels van het normale, dagelijkse leven omkeert en daarmee een vrij gebied openlegt.

Boven in het gebouw aan de Prins Hendrikkade werken de studenten van het curatorenprogramma koortsachtig aan een groot ander project dat over een paar dagen start. 'Three Artists walk into a Bar' is de illustere titel van dit project, een kader dat tal van werken, performances, installaties en meer op allerlei plaatsen in de stad samenbrengt en presenteert. Verbindende thema's zijn humor en maatschappijkritiek. Hoe humor een vorm van maatschappijkritiek kan zijn, vanuit de gedachte dat humor naar boven haalt wat onderdrukt is of weggedrukt wordt. "Humor in 'the white cube' is lastig," zegt Demeester. "Daarom presenteren we het in de openbare ruimte: de hele stad. De deelnemers aan het curatorenprogramma hebben masterstudenten aan de academies uitgenodigd met een voorstel te komen voor iets dat zij in het kader van dit project zouden willen doen of maken. Ruim 60 werken en projecten werden geselecteerd, van onzichtbare act op een plein tot soundtrack voor een supermarkt tot een performance in een theater."

Publiek en publieksbereik

Een project als 'Three artists...' is door zijn grootte en variëteit niet te bevatten voor publiek, dus het is heel belangrijk het goed te 'framen' - een sleutelwoord en vitaal onderdeel in de curatorenpraktijk - en dus ook in het curatoren programma. "Het is de moeite waard om het publieksbewustzijn van de jonge curatoren te ontwikkelen," stelt Ann Demeester vast. "Een deel van hen is ronduit nief als het gaat over publieksbereik, denkt dat ze er zijn met een persbericht en een banner."

De curator is de bemiddelaar bij uitstek, bemiddelt tussen kunstwerk en publiek - een specialistisch publiek van vakgenoten, maar ook groter en breder publiek. In de beeldende kunst is publiek een meer abstract gegeven dan bijvoorbeeld in de podiumkunsten, waar altijd sprake is van een directe, fysieke aanwezigheid en respons van het publiek. Voor een lege zaal speel je niet. "Als curator kun je niet wekenlang aanwezig zijn in de tentoonstellingsruimte en dus is je contact met het publiek beperkt." De Appel zoekt daarom ook naar manieren om wel een meer directe voeling met het publiek te krijgen - ook buiten openingen en lezingen om.

Kunstprofessionals tussen de 18 en 35 jaar vormen de grootste groep die de Appel bereikt; dit is ook de primaire doelgroep. Ook geïnteresseerde 'leken' komen, meestal mensen in de leeftijd van 20 tot rond de 40 jaar. De derde groep die de Appel bereikt zijn verzamelaars. Zij zien de Appel als inspiratiebron.

“Een massaal publiek bereik je als presentatie-instelling nooit en dat moet je ook niet willen. Maar bewustzijn van wie je publiek is en waarom is cruciaal,” zegt Demeester. En ze vindt het een uitdaging om nieuw publiek te bereiken. Zo gaat de Appel de komende tijd bewust inzetten op de museumkaarthouders van 50+, een groep die de Appel nu nog mist.

Galeristenprogramma

Dit jaar start de Appel in samenwerking met the Fair Gallery - een los samenwerkingsverband van vier galeriën in Brussel, Parijs, Londen en Warschau - met een programma voor mensen die de aspiratie hebben commercieel galerist te worden. Afgelopen jaar heeft de Appel met succes proefgedraaid. Het is een verrassende stap: een non-profit organisatie die als eerste ter wereld een opleiding tot galerist begint. De opleiding wordt gefinancierd vanuit de internationale galeriewereld en ja, ook twee Nederlandse kunsthandelaren dragen financieel bij. En door de fees die de deelnemers betalen. Zij betalen een fors hoger cursusbedrag dan de deelnemers aan het curatorenprogramma. De Appel rekent voorlopig op een 'break even' en heeft geen ambitie om er een geldmachine van te maken. Dat past niet bij een non-profit organisatie.

De Appel leert veel van dit project, vertelt Demeester. “We werken met een heel ander financieel model en maken een bijzondere verbinding tussen profit en non-profit. We leren nieuwe combinaties maken tussen inhoudelijke en zakelijke visies.”

Kort op de bal

Demeester karakteriseert presentatie-instellingen als organisaties die 'kort op de bal' spelen. “Het is in deze tijden onmogelijk om te voorspellen wat over 100 jaar nog als goede kunst zal blijven bestaan - dus is het ook onmogelijk te zeggen wat bewaard moet worden voor de volgende eeuw. We hoeven als presentatie-instellingen dus niet te canoniseren, wat we wel kunnen doen is signaleren.” De musea ziet zij als de organisaties die consolideren. “Musea geven een bestendigheidstempel, dat blijft toch ook in deze tijd.” Demeester ziet ook een tendens bij presentatie-instellingen - een waar de Appel zeker aan mee doet - om juist niet de heel jonge kunstenaars te presenteren, maar eerder de 'mid career' kunstenaars. “We gaan als het ware zitten in het gat tussen jonge beginnende kunstenaars en de grote, gevestigde namen. Dat zijn vaak zeer getalenteerde kunstenaars die boeiend en rijk werk maken, maar relatief weinig exposeren.” Ze houdt er ook van om - wat ze noemt: kleine revisies van de recente kunstgeschiedenis - te presenteren, bijvoorbeeld door een of meerdere kunstenaars die bekend waren in de jaren 60 of 70 uit te nodigen en die te confronteren en samen te laten werken met jonge kunstenaars voor wie zij inspiratiebron waren.

Maatschappelijke waarde

Ze vindt het niet gemakkelijk de maatschappelijke waarde van wat presentatie-instellingen tonen in algemene termen te benoemen. "Je vervalt snel in platitudes. Aan de hand van concreet werk van een kunstenaar kan je wel iets duidelijk maken over de relatie tussen kunstwerk en maatschappij, hoe een kunstenaar soms een heel waardevol of verrassend of volkomen nieuw perspectief op een bepaald aspect van de werkelijkheid biedt." Demeester noemt een voorbeeld: Mika Rottenberg, een Amerikaanse filmmaker. "Zij maakt films die lijken op absurdistische sprookjes, zeer excentriek in kleur en vormtaal. Maar waar ze het over heeft zijn vrij serieuze onderwerpen, zoals productieprocessen in een geglobaliseerde economie. Ze toont de vervreemding die wij mensen hebben van de materialiteit van onze wereld. Niet alleen de natuur is ons vreemd, ook de materie, de producten zijn ons vreemd. We hebben geen idee hoe en waar iets gemaakt wordt. We zijn een soort aliens geworden in de wereld. Mika Rottenberg is iemand die totaal eigenzinnig is en een extreme fantasie heeft en ondertussen toch zeer relevante uitspraken doet over hoe wij in de wereld staan."

Hartenkreet

Dynamiek en vooruitgang, vernieuwing en verjonging zijn op dit moment vooral in de kunsten te vinden, stelt Demeester vast. "In economisch opzicht is 'the old man Europe' fragiel geworden en in politiek opzicht overschaduwde. Onze westerse cultuur is vervlochten met kunst, van de oude Grieken tot nu. Ik vind het vreemd om alleen terug te kijken en het erfgoed te bewaren. Het is van wezenlijk belang om ook naar het nu en naar de toekomst te kijken. Ik constateer dat we de spirit er maar slecht in houden in Nederland. En dan heb ik het niet in de eerste plaats over de bezuinigingen - die schade is al aangericht. Nee, ik heb het over de toon, de retoriek waarmee over kunst wordt gesproken. Mijn oproep aan de politiek is: laten we alsjeblieft proberen een positievere toon aan te slaan. Dat kost niets, maar is de enige manier om aan wederopbouw te doen. Ik vergelijk het met Engeland, waar ook keihard bezuinigd is. Het verschil met Nederland is dat men daar met meer beleid heeft ingegrepen en ook dat de bezuinigingen niet gepaard zijn gegaan aan antipropaganda zoals hier. Dan doel ik op termen als 'parasitair' en 'subsidie-infuus'. Zo'n manier van spreken maakt veel meer kapot dan je je kunt voorstellen. Terwijl het heel goed mogelijk is om te bezuinigen, strenge criteria te stellen voor subsidie en toch een positieve houding ten opzicht van de kunsten te houden!"

De Appel arts centre ontvangt structurele subsidie van de gemeente Amsterdam en het ministerie van OCW. Ook krijgt de Appel steun van vrienden en particuliere fondsen.

Waardering

Het algemene beeld dat uit de gesprekken en de enquêteresultaten naar voren komt, is er een van grote levendigheid. Er is veel activiteit in de wereld van de presentatie-instellingen. Zij organiseren veel, initiëren veel, er is sprake van een enorme diversiteit. Zij werken samen, verbinden lokale en internationale gerichtheid met elkaar en bereiken een flink publiek. Een geïnteresseerd publiek. Niet het beeld van een in zichzelf gekeerde wereld, wel het beeld van een specialistische wereld.

Het water waarin je zwemt

Het geldt niet voor alle presentatie-instellingen in dezelfde mate, maar er valt zeker nog veel te winnen – zoveel wordt ook duidelijk uit dit onderzoek. Belangrijkste advies dat uit dit onderzoek naar voren komt, is dat presentatie-instellingen zichzelf meer profileren en beter hun waarde benoemen.

Madeleine van Lennep (Mondriaan Fonds) ziet onder presentatie-instellingen een zekere onmacht om zich te verklaren en de eigen betekenis te duiden. Zij associeert dit met de attitude van kunstenaars. “Kenmerkend voor veel kunstenaars is dat zij sterk op zichzelf gericht zijn, dat is ook hun kracht. Die maakt focus en concentratie mogelijk. Toch is en blijft het belangrijk om een antwoord te formuleren op de vraag: hoe zet ik me uiteen in de wereld? Om niet als vissen in een vissenkomp te zijn, om – in tegenstelling tot die vissen – het water te zien waarin je zwemt.”

Prototypes tonen

Een prominente waarde van presentatie-instellingen is dat en hoe zij de functie van onderzoek en ontwikkeling combineren met de presentatie functie. Onderzoek en experiment wordt getoond en blijft niet in de beslotenheid.

Ann Demeester (de Appel arts centre) formuleert een interessant antwoord op de vraag waarom het relevant is om onderzoek te tonen: “Als je alleen de crème de la crème toont, maak je niet zichtbaar hoe iets is ontstaan, waar iets uit voortkomt. Ergens moeten de prototypes ontwikkeld worden. En het is ook heel interessant om die prototypes te tonen. Al was het alleen al vanwege het feit dat prototypes die het niet halen, altijd wel iets hebben dat interessant is – en ook iets waarom ze geen topproduct geworden zijn. Andere prototypes zijn het voorstadium van een topproduct. Zo laat je een laag onder het product zien, toon je een proces. Als je alleen het afgewerkte topproduct toont, mis je iets. Zie je alleen het resultaat en niet wat daaraan vooraf gaat.”

Reflectie op maatschappelijke vraagstukken

De waarde van onderzoek en ontwikkeling staat ook hoog in het vaandel van presentatie-instelling Marres (Maastricht), zij brachten hierover onlangs een artikel uit van de hand van Brigitte Bloksma (Marres, Maastricht, 2010). Bloksma gaat in op kunstenaars die zich tot maatschappelijke vraagstukken verhouden zoals voedselproductie (zij noemt het voorbeeld van Stroom Den Haag, een presentatie-instelling die 'Foodprint' presenteerde – over de invloed van voedsel op de cultuur, duurzaamheid, klimaat, ruimtelijke ordening en stedelijke ontwikkeling). Ze citeert Vladimir Mayakovski die zei dat kunst geen spiegel voor de maatschappij is, maar een hamer om hem vorm te geven. Ze pleit ervoor dat de overheid deze maatschappelijke waarde van kunst en cultuur meer erkent en vervolgens ook inzet – waarbij die overheid de rol van opdrachtgever vervult.

Vrijplaatsen

Chris Dercon, directeur van Tate Modern in Londen, stelt vast dat er momenteel belangrijke verschuivingen gaande zijn in de kunstwereld. "Ik zie dat de kunstwereld zich aan het opdelen is in verschillende typen kunstproductie. Enerzijds bestaat er een sterk commerciële kunstpraktijk, maar daarnaast ontstaat ook een circuit van 'kunst zonder markt'. Er is onmiskenbaar een tendens van kunstenaars die met niet-commerciële kunst bezig zijn en willen zijn." Dit zijn kunstenaars die onverkoopbaar zijn, die uit het niets en om het niet creëren. Kunstenaars die zich bezighouden met allerlei vormen van community art, maar ook kunstenaars zich als echte onderzoekers verbinden met wetenschappelijke en maatschappelijke vraagstukken. Kunstenaars die werken op wat Dercon 'soft places' noemt (vergelijk de term software ten opzichte van hardware), campusachtige plekken, universitaire ontmoetingsplaatsen voor research & development, waar het naast kunstproductie vooral ook gaat om burgerschapsvorming en engagement.

"Denktanks zijn het, plekken waar vrijdenken mogelijk is en waar nieuwe concepten beproefd worden, nieuwe vormen van productie, arbeid en afzetmarkten, nieuwe vormen van vraag en aanbod worden ontwikkeld." Hij noemt het vrijplaatsen, omdat er niet vooraf bepaald is wat het product moet zijn. Die vrijplaatsen zijn hard nodig, plekken waar nieuwe symbolische waarden ontwikkeld kunnen worden – hij vergelijkt het met hoe ooit Facebook en het Google Art Project ontstonden.

Presentatie-instellingen hebben die functie van vrijplaatsen en zouden zich, nog sterker dan nu, moeten ontwikkelen in de richting van ontmoetingsplekken, vindt Dercon.

Waar Nederland altijd heel vooruitstrevend was, constateert hij nu dat door het Nederlandse denkklimaat – dat zich de laatste jaren steeds meer in termen van vraag en aanbod, nut en effectiviteit uitdrukt – Amsterdam en Rotterdam zijn verdwenen van de kaart van interessante plekken voor kunstenaars. Die zijn inmiddels vertrokken naar Berlijn, Brussel en de Scandinavische landen – waar veel meer ruimte is voor vrijdenken.

Nieuwe concepten

Als er één ding is dat je goed leert in de beeldende kunst, zegt Dercon, is het wel het bedenken van concepten. Niet voor niets schuiven 'mobility providers' (nieuwe term voor de auto-industrie) zoals BMW en Mercedes, regelmatig aan bij de kunstwereld, sluiten allianties met Tate Modern London of Guggenheim Bilbao. Deze bedrijven zien zich geconfronteerd met een nieuwe 'markt' – studenten die geen rijbewijs meer willen, maar wat dan wel? – en laten zich graag inspireren, willen nieuwe concepten voor mobiliteit ontwikkelen.

Grote winkelketens als Zara of Ikea zoeken naar nieuwe formats voor het fenomeen 'aanbieding'. "In feite gaat het bij aanbiedingen om een vorm van 'curare' zoals het curatorschap: nieuwe vormen van consumptie waarbij het kiezen heel belangrijk is."

Profileren richting gemeente

Misschien iets meer laag bij de grond, maar zeker zo belangrijk, is de waarde die ligt in de tendens dat presentatie-instellingen gaan werken in opdracht van gemeenten en bedrijven. En zich in dat verband richten op ruimtelijke en maatschappelijke vraagstukken.

Want presentatie-instellingen zullen in de nabije toekomst zeker ook aan gemeenten hun waarde moeten laten zien – en dat kunnen zij op deze manier doen. Aangezien gemeenten een belangrijke partner zullen blijven, is het bovendien essentieel dat presentatie-instellingen hun rol en betekenis juist in het lokale veld laten zien en versterken.

Hamvraag

Het werd in vele toonaarden gezegd, door presentatie-instellingen zelf, maar ook door de stakeholders die we spraken. We leven in een tijd en land waarin de waarde van kunst en cultuur en van culturele instellingen vooral wordt gemeten aan de hand van publieksbereik en de mate waarin een instelling eigen inkomsten verwerft. Die tendens heeft een forse slinger gekregen in 2008 toen Plasterk eigen inkomsten van culturele instellingen als voorwaarde voor subsidieverlening stelde – en tegelijkertijd de hoogte van de eigen inkomsten als een maat voor het maatschappelijk draagvlak benoemde.

Het maatschappelijk belang van kunst en cultuur werd daarmee eenzijdig in financiële termen benoemd.

Het Mondriaan Fonds zet hier een genuanceerder model tegenover met de door hen ontwikkelde keten: ontwikkelen, uitzetten en oogsten – waarbij duidelijk mag zijn dat je niet kan zaaien en oogsten tegelijkertijd. Als zaaien je kernfunctie is, kan je niet meteen een grote oogst verwachten. Wanneer je vernieuwing en dynamiek wilt stimuleren en honoreren, moet je niet te snel willen verzilveren.

Chris Dercon (Tate Modern) stelt dat binnen de kunstwereld een beweging is die zich helemaal niet laat uitdrukken in deze terminologie van publieksbereik en succes, maar heel andere waarden zoekt en belichaamt. Waarden als onderzoek, reflectie en innovatie. Al die zaken die te maken hebben met de laboratoriumfunctie die de presentatie-instellingen in grote mate bezitten.

Het kapitaal van de jeugd

Jules van de Vijver (HKU) ziet veel potentie in de huidige presentatie-instellingen. "Een jonge generatie gaat nu nieuwe vormen vinden voor de presentatie-instellingen die twee generaties voor hen werden opgezet. Ik ben heel benieuwd wat zij gaan doen. Ik denk dat daar een geweldig potentieel ligt, daar ben ik bijna romantisch over. De jongeren van nu hebben zoveel energie en weten zaken zo goed te verwoorden. Ze zijn geïnteresseerd in het onbekende en bereid om de wereld als nieuw te zien. Dat gaat niet eens om een verborgen kapitaal, het ligt gewoon op straat!"

"Presentatie-instellingen tonen kunst van nu, en dat is het culturele erfgoed van de toekomst."

Resultaten enquête

Hierbij presenteren wij de belangrijkste resultaten van de enquête die wij hebben uitgezet onder de leden van de Zaak Nu.

Soort activiteiten. Deel instellingen dat bepaalde activiteit ontplooit.

Tentoonstellingen realiseren	95%
Debatten/lezingen/andere discursieve activiteiten organiseren	91%
Performances en andere kortdurende activiteiten realiseren	84%
Educatieve activiteiten organiseren	75%
Kunstwerken produceren/opdrachten verlenen	74%
Kennisverspreiding/talentontwikkeling	63%
Uitgeven publicaties	58%
Onderzoek	56%
Residentie-programma/internationale uitwisselingsprogramma's	53%
Projecten in opdracht van gemeenten of andere instellingen	47%
Professionaliseringstrajecten/training en/of advisering	37%
Andere	18%

Disciplines. Deel instellingen dat actief is in bepaalde discipline.

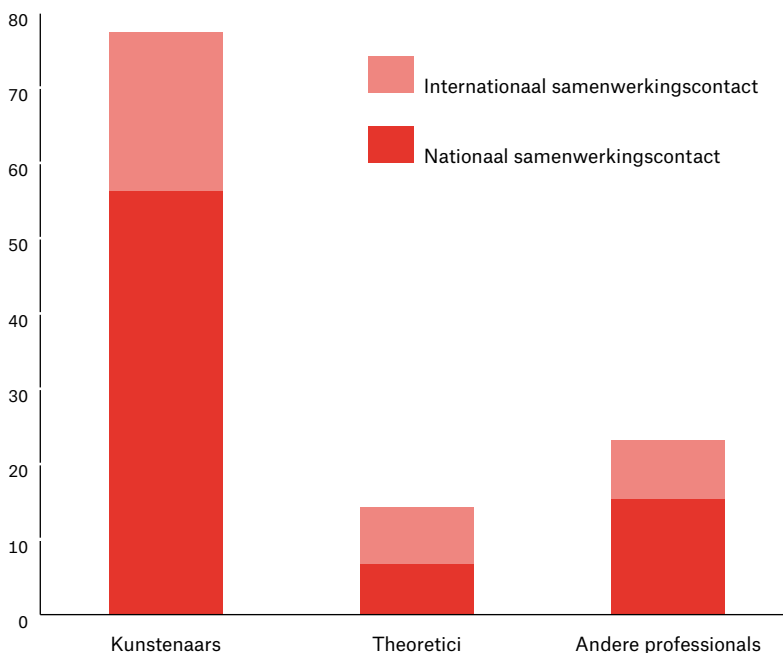
Beeldende kunst (fotografie inbegrepen)	93%
Nieuwe media (video, media en internetkunst)	67%
Architectuur	21%
Performance/theater	42%
Design	30%
Andere	26%

Aantallen uitgevoerde activiteiten in 2011.

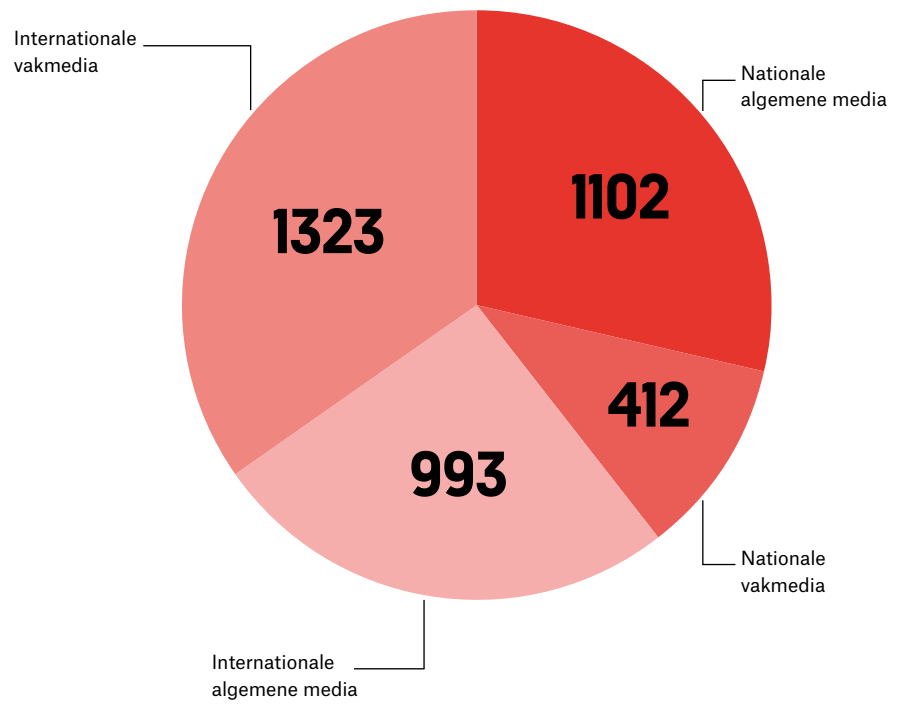
Educatieve activiteiten	2,754
Publicaties	1,943
Performances/kortdurende activiteiten	602
Geproduceerde werken/verleende opdrachten	478
Debatten/lezingen/andere discursieve activiteiten	461
Tentoonstellingen	424
Kennisverspreiding/talentontwikkeling	288
Projecten in opdracht van gemeenten of andere instellingen	151
Residenties/uitwisselingsprogramma's	131
Professionaliseringstrajecten/training en/of advisering	112
Onderzoeken	102
Andere	102

*NB Totalen van de instellingen die participeerden in dit onderzoek.
Instellingen met activiteiten die webbased zijn, is gevraagd het aantal nieuw gepresenteerde werken/projecten aangeven.*

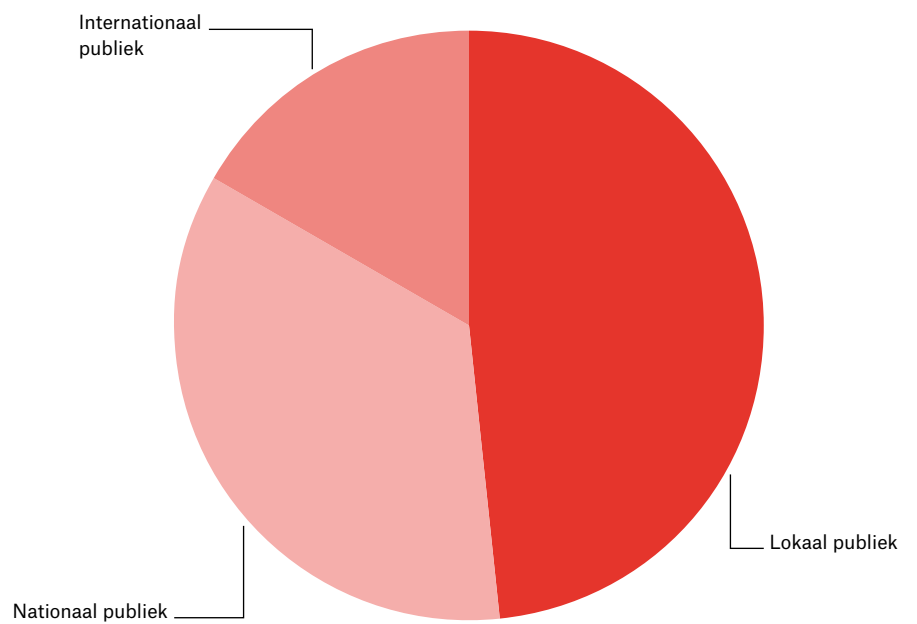
Aantal samenwerkingspartners per instelling in 2011



Persaandacht. Totaal aantal persuitingen voor projecten en activiteiten in 2011



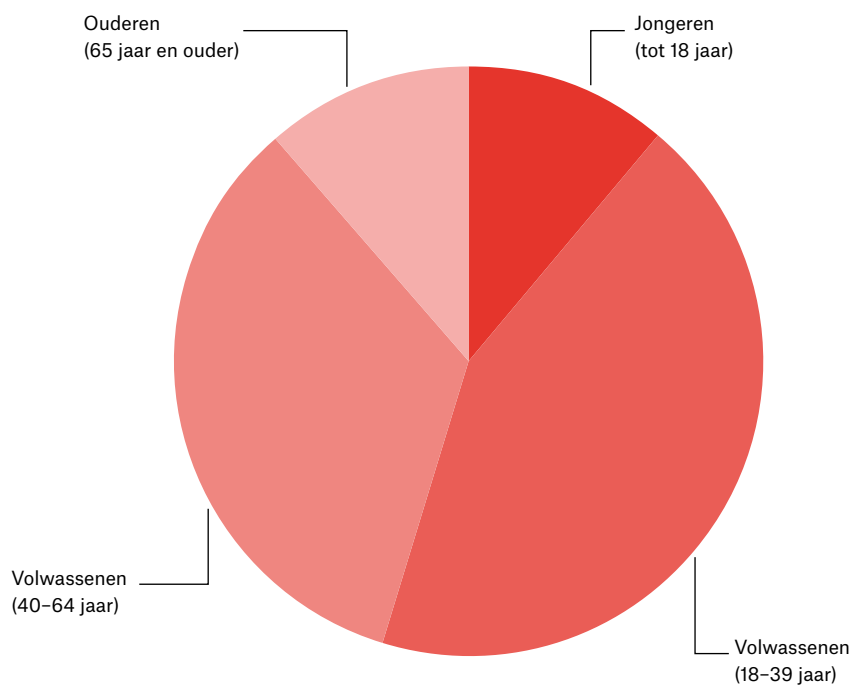
Herkomst publiek en bezoekers.



Soort publiek. Percentage instellingen dat aangeeft bepaalde publieksgroep te bedienen.

Professioneel geïnteresseerden	86%
In kunst en cultuur geïnteresseerde 'leken'	84%
Jongeren/studenten	61%
Vaste groep geïnteresseerden	69%
Wisselend publiek, al naar gelang de activiteit	71%
Mensen van buiten de kunst- en cultuursector	49%
Bestuurders/beleidsmakers	26%
Overige	20%

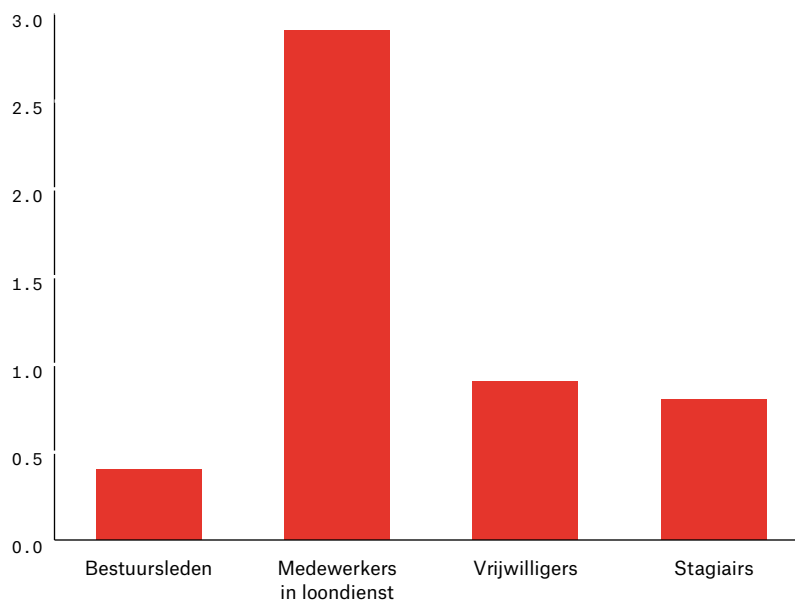
Publiek naar leeftijd. Aandeel dat elke leeftijdscategorie bijdraagt aan het totale aantal bezoekers of gebruikers.



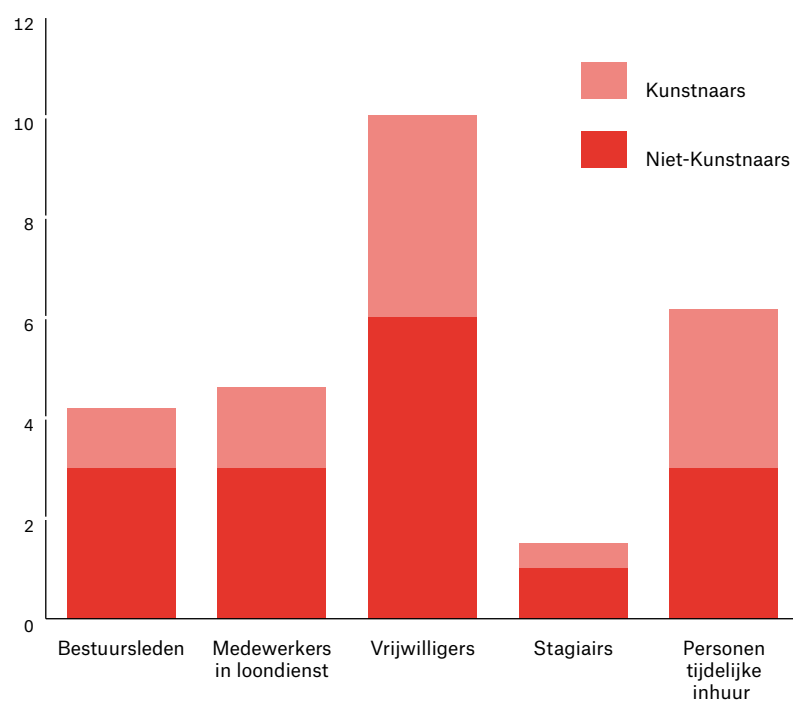
Aantal bezoekers/gebruikers per activiteit in 2011.

Projecten in opdracht van gemeenten of andere instellingen	3,983
Tentoonstellingen	1,401
Residenties/uitwisselingsprogramma's	109
Performances/kortdurende activiteiten	86
Debatten/lezingen/andere discursieve activiteiten	58
Kennisverspreiding/talentontwikkeling	44
Publicaties (oplage en/of het aantal downloads)	40
Professionaliseringstrajecten/training en/of advisering	17
Educatieve activiteiten	15
Onderzoeken (oplage en/of het aantal downloads)	10
Andere	2,765

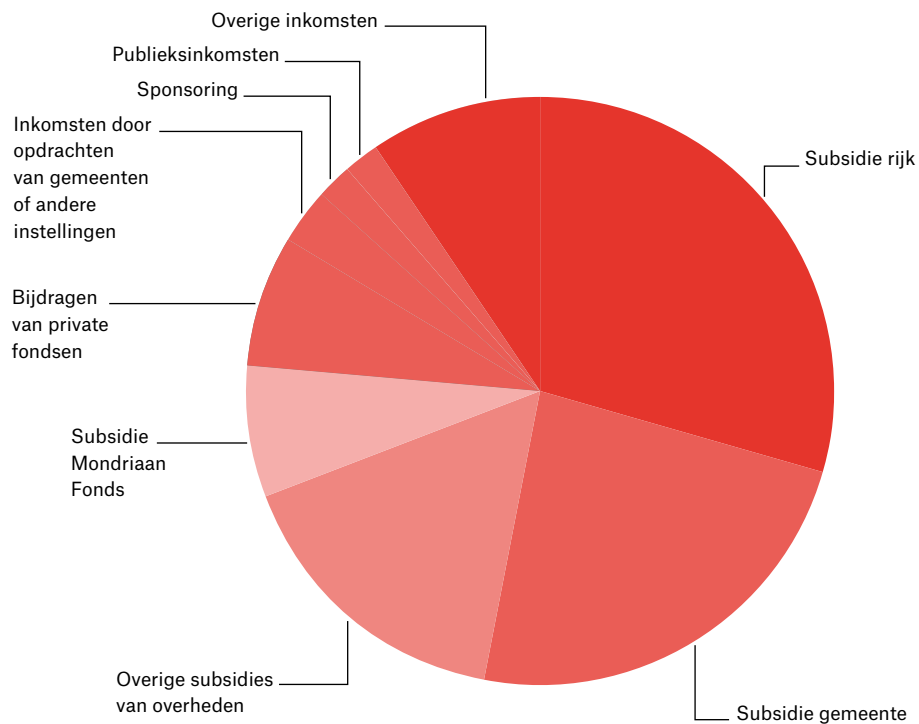
Gemiddeld aantal FTE per instelling in 2011



Gemiddeld aantal medewerkers per instelling in 2011



Verdeling inkomsten gemiddelde instelling 2011

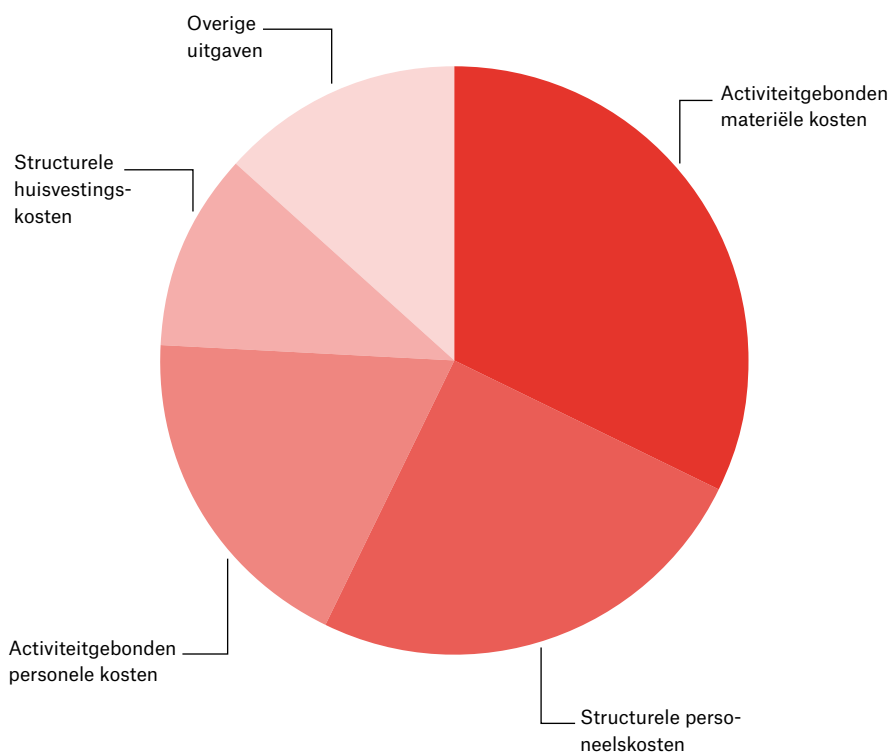


Gemiddelde inkomsten per inkomstencategorie (in € per instelling)

Publieksinkomsten	11,412
Inkomsten horeca	2,433
Verkoop publicaties	3,791
Commerciële verhuur	2,648
Subsidie rijk	185,336
Subsidie gemeente	147,554
Subsidie provincie	30,315
Subsidie Mondriaan Fonds	46,017
Subsidie EU	26,283
Overige subsidies van overheden (binnen en buitenland) of overheidsfondsen	45,399
Overige bijdragen van private Fondsen	45,107
Sponsoring	12,902
Donaties (Mecenaat)	1,711
Inkomsten door opdrachten van gemeenten of andere instellingen	21,833
Overige inkomsten	46,884
TOTAAL Inkomsten	435,761

NB De inkomstencategorieën tellen niet op tot het getoonde totaal. Dit komt omdat het per categorie gaat om een gemiddelde. Bij de ene categorie hebben meer instellingen een getal opgegeven dan bij andere.

Verdeling uitgaven gemiddelde instelling in 2011



Gemiddelde uitgaven per uitgavencategorie (in € per instelling)

Structurele personeelskosten	126,590
Structurele huisvestingskosten	55,966
Activiteitgebonden materiële kosten	163,610
Activiteitgebonden personele kosten	93,750
Overige uitgaven	66,354
TOTAAL Uitgaven	450,103

NB De uitgavencategorieën tellen niet op tot het getoonde totaal. Dit komt omdat het per categorie gaat om een gemiddelde. Bij de ene categorie hebben meer instellingen een getal opgegeven dan bij andere.

B32

Exhibition space Maastricht

F65, Maastricht, John Franzen, 'Constant
Transition in a Solid State', muurschildering

Presentatie-instellingen





BAK

Utrecht, Christoph Schlingensief

'Fear at the Core of Things', opening,
foto Victor Nieuwenhuijs

Casco

Chicago Boys, While We Were Singing,
They Were Dreaming, Open rehearsal, Casco,
2011, foto Sal Kroonberg

The Grand Domestic Revolution exhibition,
2011-2012, foto Emilio Moreno





De Appel

Gevel van de nieuwe, permanente locatie
de Appel arts centre, Prins Hendrikkade 142,
Amsterdam

Extrapool

Nijmegen, 2012

Workshop tijdens MawMaw, 2012





Fotodok

Utrecht, educatieve activiteiten, © FOTODOK

Hotel MariaKapel , Hoorn

Tentoonstelling 'The Making Of Now'

Tentoonstelling 'IT Or The Something In The Lake'





If I Can't Dance

'The True Story Of John Webber And His
Endless Struggle With The Table Of Content',
Keren Cytter & D.I.E. Now, 19 en 20 maart 2010,
Plaza Futura theater, Eindhoven.
Foto: Nicolas Burrough. © If I Can't Dance,
Amsterdam, geproduceerd i.s.m. Hebbel am
Ufer, Berlijn; Performa, New York, en
Tate Modern, Londen.

Kunstfort bij Vijfhuizen

Fietsers Geniedijkroute, foto Thomas Lenden

Tentoonstelling 'Dreams are my Reality', 2010,
performance Claus Richter, foto Thomas Lenden





Kunsthuis SYB

Beetsterzwaag, 'On Residency', Angela Serino



Moira, Utrecht

Domenique Himmelsbach in Moira Expositie-
ruimte, nov dec 2010, foto Sascia Vos

Ronald Nijhof in Moira Expositieruimte, jan 2011,
foto Sascia Vos





Onomatopee, Eindhoven

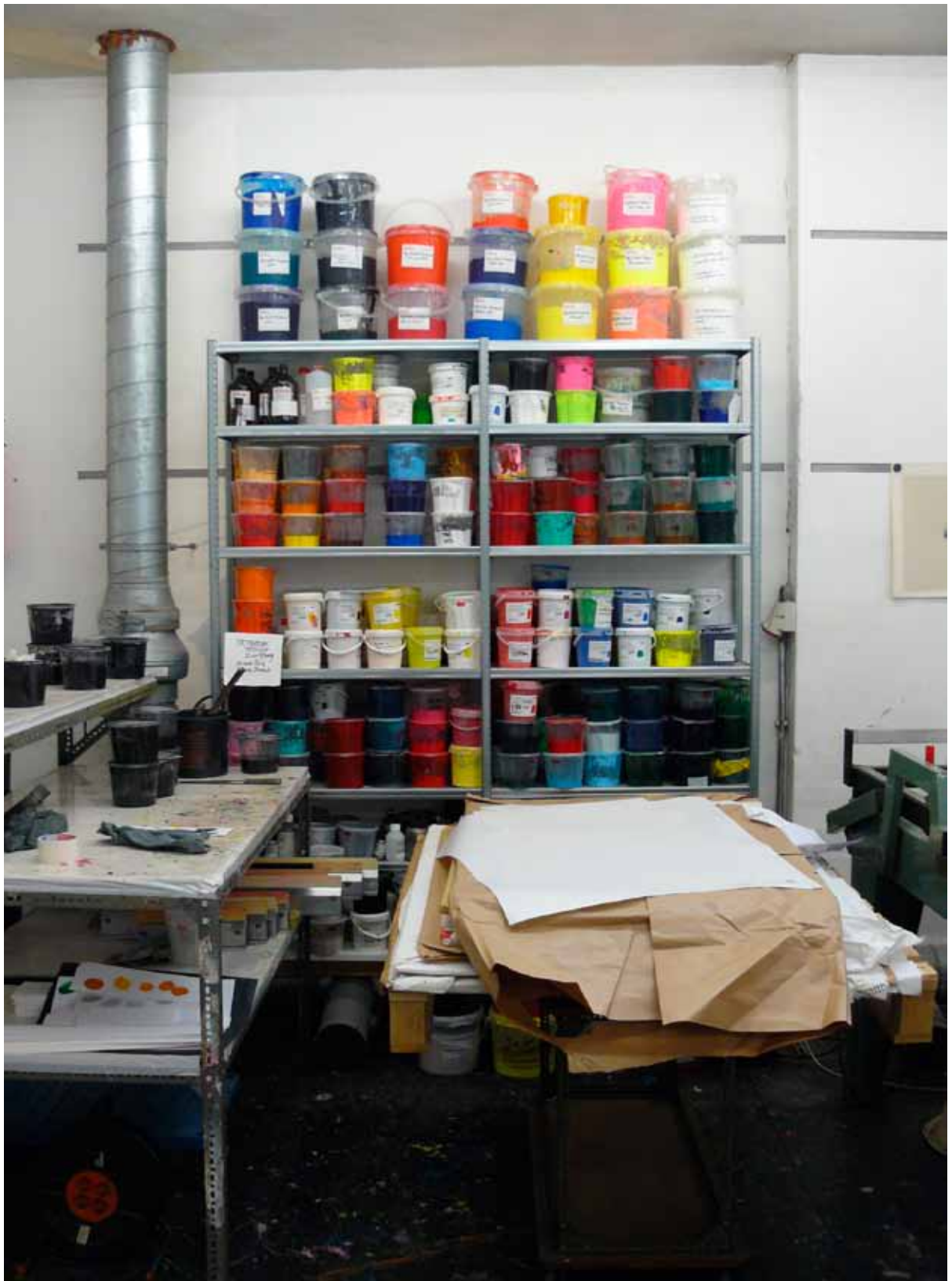
Poster 'The revelation of the Concealed', 2012.
Fotografie Renee Ridgway



NP3, Groningen

MOBi – NP3.tmp, de derde en nieuwe locatie van NP3 sinds februari 2012, foto Ruud Ploeg





Plaatsmaken, Arnhem

Zeefdrukkerij



Satellietgroep

Badgast: Artist in Residence,
fotograaf Rob te Riet





Showroom MAMA, Rotterdam

Tentoonstelling Highbrow, Lowbrow, Nobrow –
MOUSSE!, 2012, fotograaf Alina Parigger



Sign, Groningen

'Sign to Eutopia, 2006. Residentie in Sign met interventies in de openbare ruimte



Stichting Hedah, Maastricht

Matt Mullican, Work in residence #2 (lecture) en #3 (the notebooks), 2010-2011, fotograaf Dirk Bours

Stroom Den Haag

Time Store Den Haag

DAG HAP terrein, ontwerp Refunc, 2011,
fotografie Arenda Oomen





TENT, Rotterdam

2012, foto Aad Hoogendoorn

Tentoonstelling Secret Gardens 2012,
foto Aad Hoogendoorn



TETEM kunst ruimte, Enschede

The Artery Show – Doetank ‘Welkom in het kunstecosysteem’ 2012

Cultuureducatie – Herfstvakantie project,
foto Mark Overweg



Vrije Academie, Den Haag

GEMAK, fotograaf Gerrit Schreurs





W139, Amsterdam

Tentoonstelling 'De Branding', Zoro Feigl en
Natasha Rosling, 2008, foto Henni van Beek

Le Madison Group dance, Annja Krautgasser,
foto Simon Wald Lasowski



In de periode van eind maart tot en met april 2012 is een schriftelijke, digitale vragenlijst afgenomen bij 91 leden van De Zaak Nu. De vragenlijst is afgenomen en verwerkt door DSP-groep in opdracht van De Zaak Nu. De respons was 58, een percentage van 64%. De vragenlijst bestond uit 27 vragen. Na aantal algemene vragen volgden vragen over de activiteiten van de instellingen, hun netwerk en uitstraling, hun publieksbereik, hun personeel en tenslotte hun financiën. Wanneer gevraagd werd naar cijfers is steeds gevraagd het jaar 2011 aan te houden. Uitzondering daarop is Manifesta. Omdat Manifesta een biënnale is, en in 2010 voor het laatst gehouden, zijn cijfers van 2010 ingevuld. Waar instellingen hun cijfers over 2011 niet of nog niet beschikbaar hadden is hen gevraagd een schatting te maken.

Lijst van alle geïnterviewden

Telefonische interviews

CBK Zeeland, Kathrin Ginsberg
Extrapool, Jan Dirk de Wilde
ADA, Sjoerd Westbroek
Kunstfort Vijfhuizen, Holger Nickisch
Lokaal 01, Frederik Vergaert
Manifesta, Hedwig Fijen
Nieuwe Vide, Jaring Durst Britt
NP3, Zwaan Ipema
PAKT, Nienke Vijlbrief
Stedelijk Museum Bureau Amsterdam, Jelle Bouwhuis
Tetem Kunstruimte, Wilja Jurg
Trendbeheer, Niels Post
W139, Jowon van der Peet
Witte de With, Belinda Hak

Individuele interviews met presentatie-instellingen

De Appel arts centre, Ann Demeester
Kunsthuis SYB, Maartje Peters
Nest, Eelco van der Lingen
Showroom MAMA, Ariadne Urlus

Groepsinterview presentatie-instellingen

BAK, Arjan van Meeuwen
Diepenheim, Ingrid Bosman
HMK (Hotel Maria Kapel), Josine Sibum
IICD (If I Can Dance), Hans Schamlé
Impakt, Arjon Dunnewind
Kunstverrein, Maxine Kopsa
Marres, Guus Beumer
MU Eindhoven, Angélique Spaninks
1646, Floris Kruidenberg en Nico Feragnoli

Interviews met stakeholders

Chris Dercon, directeur Tate Modern London
Lydia Jongmans, Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG)
Madeleine van Lennep, Mondriaan Fonds
Jules van de Vijver, voorzitter college van bestuur
Hogeschool voor de kunsten Utrecht (HKU)
Joost Vrieler, Mondriaan Fonds

Lijst van leden van De Zaak Nu

aaaan.net
1646
38CC
AkkuH, Aktuele Kunst Hengelo
Argument Vertoningsruimte Tilburg
B32
BAK Basis voor actuele kunst
Baltan Laboratories
Baracca
Biennial Foundation
BRAK
Casco Office for Art, Design and Theory
CBK Dordrecht
CBK Drenthe
CBK Groningen
CBK Utrecht
CBK Zeeland
CBK 's-Hertogenbosch
De Appel arts centre
DE PLAYER
De Vleeshal
Dekokelders
DZIGA werkplaats voor filmmakers en videokunstenars
Expodium
EXPOPLU
Extrapool
FOTODOK
foundation B.a.d
fw-photography
hedah
Het Raam
Het Wilde Weten
HMK { HotelMariaKapel }
If I Can't Dance, I Don't Want To Be Part Of Your Revolution
Impakt Foundation
KiK Kunst in Kolderveen
KOP
Kunstenarsinitiatief ADA
Kunstenlab
Kunstfort bij Vijfhuizen
Kunstgroep de Compagnie, Slokdarmfestival
Kunsthof KAdE
Kunsthuis Syb
Kunstverein
Kunstvereniging Diepenheim
kuS kunstencentrum Signe
Locatie Z
Lokaal 01
M4gastatelier
MAMA
Manifesta
Marres
Media Art Friesland
Moir Expositieruimte Utrecht
MU
Museum De Paviljoens

Museum Le Secet
myvillages.org
NEST
Nieuwe Vide
NIMk Nederlands Instituut voor Mediakunst
Noordkaap
NP3
Onomatopee
OpTrek
P.ART of your life
P/////AKT
Paradox
Pictura Tekengenootschap
Plaatsmaken Productiehuis
PrintRoom
Retort Art Space
Sandberg Institute
Satellietgroep
Sculpture International Rotterdam
Sea Foundation
Sign
SMBA
Stroom Den Haag
TAG
TENT. Centrum Beeldende Kunst
Terra Art Projects
TETEM kunstruimte
The one minutes foundation
Trendbeheer
V2_, Institute for the Unstable Media
VHDG Voorheen De Gemeente
Vrije Academie / Gemak
W139
Wall House
West
whatspace
Witte de With, center for contemporary art
ZET Foundation Colofon.

Colofon

Opdrachtgever

De Zaak Nu

Onderzoek en tekst publicatie

Karin Schaafsma (DSP-groep) en Agnes Winter
(Rijksuniversiteit Groningen)

Onderzoek enquête

Justin de Kleuver (DSP-groep)

Bestuur De Zaak Nu

Guus Beumer (Marres, Maastricht)
Jaring Dürst Britt (De Nieuwe Vide, Haarlem)
Ann Demeester (De Appel, Amsterdam)
Maria Hlavajova (BAK, Utrecht)
Arno van Roosmalen (Stroom Den Haag)

Directiesecretaris De Zaak Nu

Maike Lauwaert

Ontwerp

Atelier Carvalho Bernau

© De Zaak Nu 2012

