

BELEIDSPLAN 2014 - 2016

B G **VLAAMS CULTUURHUIS**
DE BRAKKE GROND

**MINDER MISSIONARIS
MEER BRUGGENBOUWER**

Inhoudsopgave

1.	Inleiding: van organisatiedenken naar netwerkstrategie	4
2.	Missie	5
3.	Inhoudelijke en artistieke visie	6
3.1	Korte omgevingsanalyse Vlaanderen en Nederland	6
	Marktgericht	6
	Productiegericht	6
	Competitiegericht	6
3.2	Uitgangspunten	7
	Reactiviteit	7
	Spreiding door samenwerking in de ideeënfase	7
	Kennissuitwisseling stimuleert innovatie	8
	Vernieuwde narrativiteit	8
	Het cultureel Europa van de toekomst	8
3.3	Disciplines en functies	9
3.3.1	Disciplines	10
	Podiumkunst	10
	Audiovisuele kunst en cultuur	11
	Culturele diplomatie	12
3.3.2	Functies	12
	Informatie	12
	Presentatie	12
	(Co)productie en creatie	13
	Reflectie, thematisering en kennissuitwisseling	13
	Participatie	14
4.	Communicatie en marketing	15
4.1	Aandachtsgebieden	16
	Informatie	16
	Presentatie en (co)productie	16
	Reflectie, thematisering en kennissuitwisseling	16
	Participatie	17
5.	Personeel	18

1. Inleiding: van organisatiedenken naar netwerkstrategie

Als we vanuit een satelliet 's nachts naar de aarde kijken, zien we veertig megaregio's oplichten, letterlijk. Megaregio's worden zo genoemd niet alleen omdat ze groot zijn, maar vooral ook omdat ze garant staan voor een bovengemiddelde economische output. Ze creëren 60 procent van de economische rijkdom wereldwijd en kunnen 90 procent van alle innovaties op hun conto schrijven. In grote gemeenschappen worden simpelweg meer ideeën geproduceerd en komen verbindingen tussen mensen met ideeën makkelijker tot stand. Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond (DBG) heeft het geluk in zo'n megaregio te zijn geworteld, in 'AmBrusTwerp'. Dit gebied rond Amsterdam, Brussel en Antwerpen, dat zijn naam kreeg van de Amerikaanse socioloog en econoom Richard Florida, staat vierde op de wereldranglijst wat betreft productie en innovatie en heeft Amsterdam als centrum van de technologische, zakelijke en wetenschappelijke ontwikkelingen.

AmBrusTwerp is een markante regio. Vlaanderen en Nederland kennen onderling veel verschillen, maar staan desondanks fysiek, historisch, cultureel, politiek en sociaal-economisch dicht bij elkaar. Die toestand van 'hetzelfde-en-toch-anders-zijn' vormt een uitstekende voedingsbodem om ideeën uit te wisselen. Bovendien is de Vlaams-Nederlandse delta de toegangspoort tot Europa en bijgevolg de ideale plek om innovaties verder te laten reizen. DBG heeft kortom goud in handen. Om dit niet te verliezen is het verder 'vernetwerken' van DBG in Nederland en daarbuiten een cruciaal aandachtspunt in de komende beleidsperiode. De hernieuwde DBG zal flexibel, dynamisch en met een open blik op heel Nederland en Vlaanderen kansen opsporen en omzetten in reële en concrete initiatieven en activiteiten. Vanuit het gebouw in de Nes, dat een Vlaams hart in Amsterdam blijft, draagt de organisatie de Vlaamse kunst en cultuur ook uit in andere delen van Nederland. In het verleden manifesteerde DBG zich vooral als een individuele organisatie met een autonome identiteit die, onafhankelijk van het veld, een eigen strategie

bepaalde om de Vlaamse cultuur en de zichtbaarheid van de Vlaamse kunst in Nederland te verhogen. In de praktijk zagen we een organisatie die via samenwerking met interessante partijen als International Documentary Festival Amsterdam (IDFA), het Theaterfestival of de Museumnacht aantrekkelijke programma's opzette, maar onvoldoende de eigen potentie als netwerkorganisatie valideerde. Dat laatste kan sterker en explicieter, moet zelfs worden gemaximaliseerd. DBG is al ingebed in verschillende netwerken en samenwerkingsverbanden tussen Vlaanderen, Nederland en daarbuiten. In de jaren 2014-2016 zal het huis nog meer de dialoog aangaan en initiëren, en voor verschillende sectoren en disciplines opereren als scharnierpunt tussen Vlaanderen en Nederland. Verbinden en samenwerken vormen de grondhouding. Minder missionaris, meer bruggenbouwer.

2. Missie

De huidige missie van dBG is in 1999 decretaal verankerd en biedt voldoende ruimte aan de vernieuwde invulling van het beleid. Het Vlaams Cultuurhuis heeft als missie:

de culturele identiteit van Vlaanderen in Nederland prominent op de voorgrond plaatsen door middel van een permanent forum met landelijke reikwijdte; een podium voor kenmerkende ontwikkelingen inzake kunst en cultuur uit Vlaanderen zijn; het bevorderen van de Vlaams-Nederlandse samenwerking, in de eerste plaats voor een Nederlands publiek dat inzake de spreiding van Vlaamse cultuur in Nederland een multiplierrol kan vervullen.

Doelstelling is de culturele identiteit van Vlaanderen voor het voetlicht brengen. Voor de periode 2014-2016 vult dBG de missie in door op een duurzame manier de aanwezigheid van kwalitatieve, zich onderscheidende Vlaamse kunst, cultuur en creatieve industrieën binnen de Nederlandse context te stimuleren en zichtbaar te maken. dBG legt verbindingen in het Vlaams-Nederlandse culturele veld en bereikt met een markante mix van oud en jong talent

een zo breed mogelijk publiek. Daarbij is dBG zowel een permanent forum gezeteld in Amsterdam, als een netwerkorganisatie die samenwerkingsverbanden in heel Nederland aangaat; het gebouw is in deze een veelzijdig instrument om de Vlaamse kunst en cultuur landelijk uit te dragen. dBG versterkt de impact van de Vlaamse culturele dynamiek en de culturele diplomatie in Nederland, vanzelfsprekend vanuit een positionering binnen een cultureel Europa van de toekomst. De uniciteit van dBG bestaat niet alleen in de brugfunctie tussen Vlaanderen en Nederland en de bijhorende zichtbaarheid voor de Vlaamse kunst, maar ook in de multidisciplinaire aanpak gecombineerd met bredere culturele thema's.

De missie van dBG behelst verschillende disciplines en functies. De plussen in het schema duiden hoe zwaar deze in het beleid wegen. De eerste drie functies richten zich op het maken en aanbieden van kunst, de essentie van de kunstpraktijk. De laatste twee zijn gericht op de omkadering ervan, wat de kunstpraktijk versterkt en kwaliteitsvoller maakt.

		DISCIPLINES		
		PODIUMKUNST	AUDIOVISUELE KUNST EN CULTUUR	CULTURELE DIPLOMATIE
FUNCTIES	1. Informatie	+	+	+
	2. Presentatie: landelijk en lokaal	+++	+++	++
	3. (Co)productie en creatie	++	++	+
	4. Reflectie, thematisering en kennisuitwisseling	+++	+++	+++
	5. Participatie	+	+	+++

3. Inhoudelijke en artistieke visie

3.1. Korte omgevingsanalyse Vlaanderen en Nederland

De culturele relatie tussen Vlaanderen en Nederland heeft een lange geschiedenis en de samenwerking tussen beide partners is er een met vele gezichten. Een eerste belangrijke en veelzeggende vaststelling is dat beide landen elkaar als prioritair land beschouwen. Dat is een fortuinlijk uitgangspunt, maar betekent niet dat er geen obstakels zijn. Ook op het gebied van kunst- en cultuurbeleid hebben beide landen hun eigenaardigheden, die zowel risico's als kansen met zich meebrengen.

Marktgericht

De marktgerichte aanpak is in Nederland sterker aanwezig dan in Vlaanderen. De bezuinigingen van de vorige Nederlandse regering laten zich hierin volop voelen. Nederland heeft gekozen voor de versterking van de grote kwaliteitsinstellingen en minder voor diversiteit. Vlaanderen daarentegen heeft een sterk ontwikkeld en internationaal georiënteerd veld van kleine en middelgrote instellingen, gezelschappen en individuele kunstenaars, en besteedt veel aandacht aan participatie. Het risico is aanwezig dat de zichtbaarheid van Vlaamse kunst in Nederland schaarser en minder divers wordt. Bovendien heeft 'moeilijke' kunst het in Nederland niet gemakkelijk. Het aantal speelbeurten en daarmee de kans op een degelijk publieksbereik dalen. Deze twee aspecten trekken elkaar bovendien mee in een neerwaartse spiraal, want wat minder wordt geprogrammeerd, heeft minder publiek, en wat minder publiek heeft, wordt minder geprogrammeerd. Toch biedt de marktwerking dBG ook kansen. Nu kunstinstellingen in Nederland een eigen inkomstennorm van 17,5 tot 25 procent moeten halen, proberen zij externe financiering te realiseren onder meer door strategische partnerschappen aan te gaan. En dBG is geïnteresseerd in partnerschappen, mits natuurlijk wederkerig interessant.

Productiegericht

Nederland, met zijn fijnmazige fondsen netwerk, geeft sinds een beleidsverschuiving in de jaren tachtig meer geld uit aan productie en innovatie, terwijl Vlaanderen juist meer besteedt aan presentatie. Dit schept kansen voor coproductie met Vlaanderen en nieuwe landelijk gespreide initiatieven, waarbinnen dBG als netwerker kan functioneren.

Competitiegericht

Interne competitie tussen kunstinstellingen speelt in Nederland, net als in Vlaanderen, een grote rol. De relatieve neutraliteit die dBG door zijn identiteit en Vlaamse subsidiestromen heeft, maakt dBG voor partners in heel Nederland interessant voor duurzame uitwisseling en zichtbaarheid. Ook voor Vlaamse instellingen is de zichtbaarheid in Nederland via dBG een belangrijke troef. Amsterdam is bovendien nog steeds de culturele hoofdstad van Nederland, wat een aantrekkelijke uitstraling met zich meebrengt.

3. Inhoudelijke en artistieke visie

3.2. Uitgangspunten

Het programma van dBG wordt behalve door zijn missie gestuurd door een reeks inhoudelijke uitgangspunten. Deze kaderen de actie, geven de activiteiten samenhang en motivatie.

Reactiviteit

Binnen het hedendaagse kunstenveld gaan culturele instellingen, individuele kunstenaars en gezelschappen intuïtief, dynamisch en pragmatisch op zoek naar nieuwe, relevante kansen en oplossingen om werk te maken en te presenteren en om kennis uit te wisselen. Weg van de gebaande paden gaan ze binnen en buiten hun vakgebied vergaande samenwerkingsverbanden aan, die niet zelden tot nieuwe ideeën, werkwijzen of producten leiden. Hun houding laat zich omschrijven als 'reactief'. Daarmee bedoelen we niet het reageren op, maar het scheikundig begrip dat verwijst naar de neiging waarmee kleine eenheden een (niet omkeerbare) chemische reactie aangaan wat een nieuw element oplevert. Deze actieve, op synergie gerichte aanpak, neemt dBG als leidraad voor de toekomst. dBG nieuwe stijl wil op eenzelfde intuïtieve, flexibele en pragmatische manier zijn brugfunctie tussen Vlaanderen en Nederland vervullen. Daarbij richt het zich zoals gezegd niet langer uitsluitend op Amsterdam. Uiteraard is Amsterdam een cruciale schakel in het Nederlandse culturele landschap, maar dBG verbindt Vlaanderen met Nederland en heeft dus een landelijke functie, en niet in de eerste plaats een stedelijke.

Het Vlaams Cultuurhuis heeft een complementaire functie ten opzichte van andere Vlaams-Nederlandse beleidsinstrumenten, de steunpunten, de fondsen en de diverse instellingen en kunstenaars. Binnen elke discipline bestaat, verspreid over Nederland en Vlaanderen, een beperkt aantal festivals, musea, kunstenhuizen en platforms die een belangrijke rol spelen in de vernieuwing en verspreiding van artistieke

ideeën, ontwikkelingen en producten. dBG is voor hen een evidente partner. Samen met deBuren is dBG de enige organisatie die als kerntaak heeft om door middel van kunst multidisciplinair en met aandacht voor kwaliteit een brug te slaan tussen Vlaanderen en Nederland. De export van ideeën en artistieke producten wordt versterkt door de wederkerige benadering van dBG. Naast zichtbaarheid voor de Vlaamse kunsten staan dialoog en kennisuitwisseling daarin centraal.

Bijzondere vermelding verdient de samenwerking met andere Vlaams-Nederlandse actoren. De voorbije decennia werd een aantal specifieke instrumenten opgezet die de Vlaams-Nederlandse samenwerking een concretere invulling hebben gegeven: het Cultureel Verdrag Vlaanderen-Nederland en de daaraan verbonden Commissie, de Nederlandse Taalunie, het Vlaams-Nederlands huis deBuren en Ons Erfdeel. dBG zal met hen optrekken om de Vlaams-Nederlandse culturele betrekkingen te optimaliseren, en publieksactiviteiten en momenten van kennisuitwisseling te organiseren. Daarbij is het DNA van dBG en deBuren zeer vergelijkbaar. De samenwerking is beter dan ooit en wordt in de komende beleidsperiode nog verder uitgediept. Er wordt ingezet op kennisuitwisseling, verdieping en (co)productie, met speciale aandacht voor de talentontwikkeling. De samenwerking en cohabitatie van CVN en deBuren opent in deze nieuwe perspectieven. Elk jaar zetten dBG en deBuren nieuwe samenwerkingsverbanden op met partners in wisselende kunstdisciplines, binnen een inhoudelijk kader dat gezamenlijk wordt bepaald.

Spreiding door samenwerking in de ideeënfase

De missie uit 1999 werd tot nu toe vooral vertaald als: het spreiden van artistieke producten nadat deze zijn gemaakt. In de nieuwe aanpak worden ideeën gedeeld en verspreid op een veel vroeger moment in het proces. dBG gaat actief in dialoog met het Vlaamse en Nederlandse veld om samen ideeën en projecten waar kunstenaars mee komen te ontwikkelen.

3. Inhoudelijke en artistieke visie

Samenwerking in de preproductiefase, op het moment dat ideeën ontstaan en nog moeten rijpen, biedt meer kans van slagen. De levensvatbaarheid en spreidingskansen kunnen worden getoetst. Ook ontstaan er nieuwe mogelijkheden om extra financiële middelen te verwerven, met name in het Nederlandse systeem dat gericht is op innovatie en productie. Deze vernieuwde focus vergroot het draagvlak voor de realisatie, de communicatie en de spreiding van Vlaamse kunstprojecten in heel Nederland en Vlaanderen, met meer pers aandacht en meer publieke en professionele belangstelling tot gevolg. dBG is niet langer uitsluitend een toonzaal waar afgewerkte producten worden gepresenteerd aan publiek en multiplicatoren, maar tevens een partner in het artistieke proces. Zijn draagvlak wordt daarmee breder en zijn urgentie zichtbaarder.

Kennisuitwisseling stimuleert innovatie

Voor het ontwikkelen van ideeën en innovaties is de verscheidenheid tussen Vlaanderen en Nederland zeer interessant. Enerzijds zijn Vlamingen en Nederlanders uit elkaar gegroeid. Geert Hofstede beschrijft dat er geen twee aangrenzende landen zijn die dezelfde taal spreken maar desondanks meer van elkaar verschillen dan Vlaanderen en Nederland.¹ Anderzijds is er door die gemeenschappelijke taal en historische verbondenheid sprake van grote nieuwsgierigheid naar elkaar. dBG merkt in gesprekken met partners dat nieuwsgierigheid naar de kennis en ervaring van de ander vaak de reden is om te willen samenwerken. We leren van elkaars voorsprongen en misstappen. Denk hierbij aan de internationale uitstraling van de Vlaamse dans versus de renomme die de nieuwe media in Nederland hebben. Of aan de eruditie en solide vakkennis als basis voor creativiteit en improvisatie van de Vlaming, versus het planmatige pragmatisme en de internationale oriëntatie van de Nederlander. Het zijn grotendeels complementaire competenties die soms tegengesteld lijken, maar in de praktijk tot betere resultaten kunnen leiden. dBG organiseert daarom

samen met relevante partners ontmoetingen, debatten, lezingen en presentaties gefocust op Vlaanderen en Nederland (in een Europees perspectief).

Vernieuwde narrativiteit

De globalisering heeft ons mens- en maatschappijbeeld grondig aangepast en het kan niet anders of kunst verhoudt zich daartoe. Steeds meer mensen kunnen sneller, dieper en goedkoper informatie verzamelen om samen te werken of elkaar te beconcurreren. Tegelijkertijd zijn er geen grote verhalen meer die de wereld begrijpelijk maken. De multiculturele samenleving, doorgedreven individualisme en de toenemende specialisering maken het de hedendaagse mens steeds moeilijker om zijn eigen identiteit vorm te geven. De dorst naar kennis en nieuwe narratieve verklaringen blijft groot. Kunstenaars zijn gewend om inzichten samen te brengen en bouwen zo aan kaders voor moderne zingeving. Kunst kan de globalisering een gezicht geven. Met zijn artistieke keuzes en thematische benaderingen wil dBG de zoektocht naar nieuwe narrativiteiten op de agenda zetten. Thema's als identiteit, stedelijkheid, interculturaliteit en democratie komen de volgende jaren in dit kader aan bod. Ook wat betreft vorm en uitstraling geeft dBG het narratieve een centrale plaats. De marketingcampagnes richten zich op storytelling en nemen het publiek mee in het grotere verhaal van de Vlaamse kunst en cultuur.

Het cultureel Europa van de toekomst

De afgelopen jaren is Europa sterk veranderd. De interne Europese verwevenheid is toegenomen en de EU sterk uitgebreid. Vandaag is het onmogelijk het cultureel denken en doen los te koppelen van zijn Europese dimensie. Het Europese perspectief doorbreekt traditionele lands- en culturele grenzen en biedt nieuwe invalshoeken voor de invulling van internationale presentatie en samenwerking. Tegelijkertijd is Europa het onderwerp bij uitstek voor een stevig debat. Sommigen,

¹ Allemaal andersdenkenden. *Omgaan met Cultuurverschillen* Uitgeverij Contact (2011)

3. Inhoudelijke en artistieke visie

zeker in Nederland, blijven Europa aanwijzen als de boeman voor alle problemen, De 'believers' hebben juist de neiging de zorgen van burgers rond globalisering en verlies van identiteit te onderschatten. De EU staat met andere woorden voor een dubbele opdracht. Enerzijds moet ze zich democratisch verankeren en aansluiting vinden bij de Europese bevolking. Anderzijds moet ze passende antwoorden vinden op de steeds complexer wordende mondiale ontwikkelingen en problemen.

Ook dBG verhoudt zich tegenover deze realiteit en wil zich inzetten voor dit debat, des te meer omdat de organisatie in de kern van de zaak grensoverschrijdend is. dBG is in dat opzicht een typevoorbeeld en misschien zelfs een laboratorium voor hoe internationale samenwerking (in casu tussen Vlaanderen en Nederland) functioneert. Steeds meer dringt zich ook de vraag op hoe deze samenwerking tussen twee landen zich verhoudt tot de rest van de Europese Unie. dBG zal in deze samen met Nederland optrekken. Uitgangspunt is dat de internationale concurrentie een ideale prikkel vormt om de Vlaams-Nederlandse culturele en artistieke identiteit nadrukkelijker te profileren. Samen kunnen we een kritische massa behalen en de efficiëntie bereiken om richting derde landen te trekken, met de coördinatie van DutchCulture en Arts Flanders. dBG en de Buren kunnen er mede voor zorgen dat hetgeen in het buitenland gebeurt, ook zichtbaar is in Vlaanderen en Nederland. Met deze ideeën sluiten we aan bij het item marktuitbreiding in het programma Creative Europe 2014-2020 van de EU en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie van de Nederlandse overheid. In Amsterdam werkt dBG samen met de andere culturele instituten binnen EUNIC (European Union National Institutes for Culture) en is gastheer voor hun activiteiten.

3.3 Disciplines en functies

De totale werking van dBG is erop gericht een gedegen en relevant actueel aanbod Vlaamse kunst te bieden in Nederland. Uiteraard kan dit nooit volledig zijn; het Vlaamse kunstenaarsaanbod kent een hoge dichtheid en diversiteit. Maar wie het programma-aanbod van dBG en zijn partners volgt, krijgt wel een duidelijk en verantwoord beeld van de actuele artistieke realiteit in Vlaanderen. dBG werkt met een markante mix van gevestigd en jong talent. De selectie is gericht op kunst die opvalt door vernieuwing, engagement en eigenheid. Hiermee wordt een breed publiek bereikt: van professionals tot nieuwsgierige voorbijgangers. Naast de traditionele kunstdisciplines presenteert dBG de Creatieve en Culturele Sectoren (CCS) en de bredere culturele thema's. De disciplines zijn in drie clusters verdeeld, waartussen ook heel wat kruisverbanden worden gelegd: podiumkunst, audiovisuele kunst en cultuur en culturele diplomatie. Daarnaast lopen er vijf functies als inclusief of horizontaal beleid doorheen de verschillende domeinen. Zij bieden handvatten voor een interdisciplinaire werking. Zeker de thematische aanpak is hierin een dankbaar instrument. In de volgende paragrafen worden eerst de disciplineclusters omschreven en daarna de functies.

De infrastructuur van dBG in hartje Amsterdam wordt ingezet als middel om de Vlaamse aanwezigheid in Nederland te versterken en partnerschappen in heel Nederland uit te bouwen. Vlaamse en Nederlandse partners zijn allebei op zoek naar zichtbaarheid in de hoofdstad. dBG kan de slagkracht en zichtbaarheid van Nederlandse partners die met Vlamingen in zee willen, vergroten. Bovendien kan de organisatie ondersteuning bieden op promotioneel, zakelijk en technisch vlak. Daarnaast kan het eigen gebouw en het eigen personeel worden 'geruild' voor een interessant samenwerkingsvoorstel. dBG werkt op deze manier inspirerend en uitnodigend voor partners in heel

3. Inhoudelijke en artistieke visie

Nederland. In de jaarplannen en –evaluaties worden indicatoren benoemd om de werking over heel Nederland zichtbaar te maken.

3.3.1 Disciplines

Podiumkunst

dBG podiumkunst biedt een toonaangevende staalkaart van het beste wat er in de kleine en middenzalen gebeurt op het vlak van theater, dans, performance, muziek-theater, literatuur en muziek. Er worden drie categorieën onderscheiden, die zich vertalen in drie concrete programmalijnen:

VASTE BESPELERS - De categorie 'vaste bespelers' bestaat uit de Vlaamse theater- en dansgezelschappen die het huidige podiumkunstenlandschap mee hebben vormgegeven en vernieuwd. Zij verrijken het Nederlandse culturele landschap vanuit hun typerende en eigenzinnige aanpak. Ze hebben een gevestigde status en tegelijk een duidelijk verhaal over de toekomst. Ze komen al lange tijd in dBG, hebben een vast publiek opgebouwd en zijn ook voor opleidingen en het professionele Nederlandse veld interessante referentiepunten. Met deze gezelschappen is dBG intensief in gesprek over hun positie, hun spreiding in Nederland, mogelijke samenwerkingspartners, marketingstrategieën, vertaalproblemen, extra promotie of andere ondersteuning. Ook richting de distributeurs wordt het gesprek geïntensifieerd. dBG gaat programmeurs van de belangrijkste vlakke vloertheaters en schouwburgen op de hoogte houden van elkaars Vlaamse programmering, in de hoop zo samenhang en versterking te stimuleren.

JONGE VERNIEUWERS - De categorie 'jonge vernieuwers' bestaat uit Vlaams aanbod dat internationaal gericht is. De vernieuwers van de Vlaamse theater-, dans- en

performancewereld vallen op door hun internationale oriëntering, hun onconventionele signatuur en hun vrije omgang met de begrippen theater en dans. Na de bezuinigingen van de jaren tachtig heeft Vlaanderen een traditie opgebouwd in het vinden van speelplekken en productiegelden in het buitenland. Nog steeds plukken jonge kunstenaars vruchten van het werk dat vernieuwers als Jan Fabre, Anne Teresa De Keersmaecker of Alain Platel hebben verricht. De huidige jongere generatie wordt ondersteund door kunstencentra en werkplaatsen uit Vlaanderen, en gevolgd door slechts een beperkt aantal podia en festivals in Nederland. In tijden van bezuiniging vindt dBG het belangrijk om deze groep jonge kunstenaars zichtbaar te houden in Nederland. Niet alleen om hun werk te tonen, maar ook om de dialoog met andere Nederlandse makers aan te gaan en hun de weg te tonen naar nieuwe internationale netwerken en buitenlandse circuits. Jaarlijks organiseert dBG *Something Raw*, een internationaal en toonaangevend dans- en performancefestival met een stevige en terugkerende publieksbelangstelling. Het doet dit samen met Theater Frascati: om een nieuw open minded publiek voor vernieuwers te bereiken, zijn samenwerkingspartners van groot belang. Om kennisuitwisseling te stimuleren worden ook ontmoetingen met makers uit beide landen georganiseerd.

De muziekprogrammering van dBG valt eveneens grotendeels onder de noemer 'jonge vernieuwers'. Vlaamse en Nederlandse bands staan samen in een programma, en ook bookers en promotoren uit Vlaanderen en Nederland komen elkaar tegen in dBG. De maandelijkse serie *Sonic Soirée* presenteert hiermee een (goed opgemerkte) aanvulling op het aanbod van andere concertorganisatoren in Nederland.

TALENTONTWIKKELING - De derde categorie is 'talentontwikkeling'. dBG stimuleert pas afgestudeerden aan de Vlaams-Nederlandse kunstvakopleidingen die over de grens actief willen zijn. Zij hebben, zeker in de beginjaren, steun nodig om in beide landen een stevige

3. Inhoudelijke en artistieke visie

positie en een netwerk op te bouwen. Die ondersteuning biedt dBG onder andere in samenwerking met deBuren aan. In samenspraak met dans- en theateropleidingen wordt bekeken hoe talentontwikkeling in een internationale context (zie ook 'Jonge vernieuwers') verder kan worden ondersteund.

Audiovisuele kunst en cultuur

Dit domein betreft de beeldende kunst, videokunst, film, design, mode, digitale cultuur, strips en andere creatieve en culturele industrieën. Met dit laatste sluit dBG aan bij het programma Creative Europe 2014-2020 van de EU. Er wordt samengewerkt met het steunpunt, het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) en tal van partners in het veld.

Een belangrijke verandering is het werken met tijdelijke, externe curatoren. De afgelopen dertig jaar had dBG telkens één curator in huis die het volledige programma beeldende kunst cureerde. Bij het vertrek van de vorige curator is er een uitgebreide gespreksronde geweest langs de musea en presentatie-instellingen in Vlaanderen en Nederland. Het blijkt dat er graag wordt samengewerkt met het buurland en dat we vooral van elkaars kennis en netwerk moeten leren. Voor dBG is het inschakelen van externe curatoren hierbij een belangrijk hulpmiddel. Zo kan de kennis, expertise en het netwerk van instellingen worden gedeeld en is er echte verdieping mogelijk in meerdere vakgebieden en subdisciplines. In huis is er dan geen curator meer maar een programmator beeldende kunsten die - samen met de directeur - instaat voor de selectie van de juiste samenwerkingsverbanden, het selecteren van en samenwerken met externe curatoren, het verstevigen van de band met het publiek en het veld, en de invulling van evenementen en randprogrammering. De tentoonstellingen van de toekomst komen dus niet meer geïsoleerd tot stand, maar in partnerschap, wat voordelen met zich meebrengt op het vlak van zichtbaarheid, efficiëntie en financiën voor de kunstenaar. Binnen het audiovisuele veld onderscheidt dBG vier manieren van werken:

THEMATISCHE TENTOONSTELLINGEN - Deze ontstaan bij een gedeelde interesse in en behoefte aan kennisuitwisseling van partners. dBG brengt curatoren en partners samen om ideeën te laten rijpen en te versterken. De partners worden strategisch gekozen. dBG versterkt de inhoudelijke lijnen die de partners in hun eigen werking ook onderzoeken. De samenwerkingen hebben behalve een verdiepende natuur ook een promotionele meerwaarde; dBG is aantrekkelijk door zijn positie in Amsterdam. Binnen alle subdisciplines worden in Vlaanderen en Nederland de belangrijkste partners bevroegd op thema's en onderzoeklijnen.

TALENTONTWIKKELING - Net als in de podiumkunsten zijn er tal van Vlamingen en Nederlanders die bij en met elkaar hebben gestudeerd, samenwerken en de Benelux als springplank voor hun internationale carrière zien. Binnen de visuele en toegepaste kunsten zijn grenzen van ondergeschikt belang, maar ook hier zien we dat de kansen voor markuitbreiding onderbenut zijn. Nederland wordt gezien als poort naar de Angelsaksische wereld, terwijl vanuit Vlaanderen en zeker vanuit Brussel de zuidelijke kant van Europa (en verder) wordt ingezeild. dBG wil jong talent de voordelen van beide landen laten proeven. Met de werkplaatsen in Vlaanderen en de presentatie-instellingen in Nederland worden netwerken opgezet om jonge kunstenaars te laten groeien.

EVENEMENTEN & ONTMOETINGEN - Samen met relevante partners draagt dBG zijn steentje bij om innovatieve ontwikkelingen en disciplines uit Vlaanderen en Nederland met elkaar in contact te brengen. Deze evenementen en ontmoetingen zijn vanwege de multidisciplinaire mogelijkheden van het gebouw graag te gast bij dBG in Amsterdam.

DOORBRAAKTENTOONSTELLINGEN - De afgelopen jaren heeft dBG op succesvolle wijze 'doorbraaktentoonstellingen' gerealiseerd. Ervaren kunstenaars die wel in groepstentoonstellingen te zien waren geweest, maar nooit solo waren gegaan, zagen hun oeuvre nu voor het

3. Inhoudelijke en artistieke visie

eerst bijeengebracht. Deze springplankfunctie van dBG heeft geloond met veelal kunstenaars die werken op het raakvlak tussen meerdere disciplines. In dBG treffen zij een ideale infrastructuur met theatrale mogelijkheden. In samenwerking met Vlaamse en Nederlandse partners wordt deze programmalijs voortgezet.

Culturele diplomatie

Als we Nederlanders vragen waarom ze dBG bezoeken, antwoorden ze steevast dat ze de diversiteit van het totaalpakket interessant vinden. En niet enkel de kunsten fascineren: het exotische Vlaanderen met zijn eruditie, buikgevoel, tradities en 'joie de vivre' spreekt veel Nederlanders aan. Dat weerspiegelt zich in de kunst, maar komt ook in aparte programma's in dBG aan bod. De bestaande samenwerking met de Nederlandse en Vlaamse partners wordt zelfs uitgebreid door bredere, culturele activiteiten en kennisuitwisseling te organiseren over domeinen buiten de kunst, zoals politiek, wetenschap, erfgoed en onderwijs. Ook hier kan dBG partners uit verschillende sectoren samenbrengen om van elkaar te leren, ook hier fungeert dBG als bruggenbouwer, presentatieplek en ontmoetingsplaats. Nederlandse mediapartners zijn sterk geïnteresseerd in dit soort programma's die Vlaanderen en Nederland vanuit vogelperspectief bekijken, of het nu gaat over de Ronde van Vlaanderen of het kolonialisme. Nederland kan op dit vlak dienen als proeftuin voor de implementatie van de nota internationaal cultuurbeleid. Een goede samenwerking met de Vlaamse Vertegenwoordiging, Toerisme Vlaanderen, Flanders Invest en Arts Flanders is hierbij vereist. De volgende jaren wil dBG de samenwerking met de andere Vlaamse overheidsorganisaties structureel verankeren in een samenwerkingskader.

3.3.2 Functies

Informatie

Een belangrijke taak van dBG is het geven van informatie over (een selectie van) wat er leeft in cultureel Vlaanderen – niet alleen door middel van het presenteren van Vlaamse kunst, maar ook door het berichten daarover. Hiervoor werkt dBG samen met Cultuurnet Vlaanderen en de steunpunten. Publiek en professionals worden geïnformeerd. Nederlandse programmeurs die Vlaams werk tonen, worden met elkaar in contact gebracht. Ook worden de nagesprekken in dBG de komende jaren geleid door programmeurs of artistiek leiders van Nederlandse theaters, schouwburgen en festivals, zodat zij op deze manier in contact blijven met het Vlaamse aanbod.

Presentatie

De Vlaamse kunst en cultuur moet zichtbaar zijn in Nederland. Daartoe zet dBG in de juiste context en voor het juiste publiek activiteiten op. Programma's worden als vanouds gepresenteerd op de eigen plek, maar de presentatie van Vlaamse kunstenaars en hun ideeën buiten Amsterdam wordt belangrijker en dBG is hiervoor afhankelijk van partners. De finaliteit is er nu om als netwerkorganisatie samen met anderen een publiek te bereiken in heel Vlaanderen en Nederland. dBG wil een maximaal effect en rendement inzake zichtbaarheid. Kunstenaars krijgen exclusieve aandacht en kansen om zich te laten zien. dBG introduceert ze bij partners, speelplekken en fondsen. Het hebben van een eigen gebouw vergroot de zichtbaarheid van de organisatie en wordt ingezet als middel om samenwerkingen te realiseren. Het samenwerken met partners verhoogt de aanwezigheid van Vlaamse kunst en cultuur in heel Nederland.

3. Inhoudelijke en artistieke visie

Naast live presentaties wil dBG ook online zichtbaarheid geven aan de Vlaamse kunsten. Via video en audio op de website en de sociale media wordt werk ontsloten voor een breder publiek. Van deze digitale presentatiemogelijkheden kunnen ook partners als deBuren gebruikmaken.

(Co)productie en creatie

dBG is niet in de eerste plaats initiator van kunstprojecten, maar wel een netwerkorganisatie die de ontwikkeling van het werk van Vlaamse kunstenaars wil stimuleren. Hiervoor wordt gebruikgemaakt van het Nederlandse veld en de interesses, productiemiddelen en -mogelijkheden die daar aanwezig zijn. Vooral op het vlak van talentontwikkeling in de podiumkunsten en de visuele kunsten gebeurt dat al, en zal dat in de toekomst nog intensiever gebeuren. Ondanks het feit dat er tussen Vlaanderen en Nederland artistiek grensverkeer bestaat, is het voor jonge talenten niet eenvoudig om in beide landen op een zinvolle manier actief te zijn en te blijven. Ze hebben in één land een netwerk en mogelijkheden opgebouwd, maar ontberen de kennis en contacten in het andere land om er daadwerkelijk zichtbaar te zijn. Samen met deBuren spant dBG zich in om dit voor de podiumkunsten te verbeteren. Niet alleen financieel en praktisch, maar ook door speelplekken en producenten aan elkaar te koppelen. Het grensverkeerprogramma is inhoudelijk gericht op makers en projecten die specifiek een Vlaams-Nederlandse verbinding incorporeren. dBG kan precies voor deze jonge generatie makers en artiesten een belangrijke stimulerende en faciliterende rol spelen. Door al in een vroeg stadium samen te werken met kunstenaars die door het veld worden opgemerkt, kan er voor deze kunstenaars een draagvlak in beide landen worden gecreëerd. Ook biedt dBG ruimte voor onderzoek en ontwikkeling, technisch, productioneel en artistiek-inhoudelijk. Samen met de steunpunten en de fondsen worden evenementen, ontmoetingen, tentoonstellingen of voorstellingen gerealiseerd.

Reflectie, thematisering en kennisuitwisseling

De uniciteit van dBG ligt voor een groot gedeelte in het feit dat het kunst inbedt in een bredere, Vlaamse culturele laag. Er zijn voldoende argumenten om in de toekomst nog meer dan ooit in te zetten op thematische programmering. Tussen Vlaanderen en Nederland bestaan veel wederzijdse interesses, die vaak toch anders worden benaderd in beide landen. Thematisch programmeren biedt talloze mogelijkheden om de rijkdom, diepgang en maatschappelijke relevantie van kunst en cultuur te laten zien. Een thematische programmering biedt ook mogelijkheden om nieuwe publieksgroepen te trekken; een theatervoorstelling over de Eerste Wereldoorlog spreekt theaterliefhebbers aan, maar ook mensen die in de Eerste Wereldoorlog zijn geïnteresseerd.

In de thematische aanpak komen artistieke producties, debatten, artistieke interventies, films, literaire ontmoetingen en andere programmaonderdelen samen – zowel Vlaamse als Nederlandse. Dankzij de infrastructuur van dBG kunnen verschillende disciplines gelijktijdig aan bod komen. De thema's zijn breed maatschappelijk en ontstaan in samenwerking met verschillende partijen en organisaties, ook van buiten de kunst. De thema's worden door dBG bepaald, of komen naar boven in gesprekken met partners. Europa, identiteit, stedelijkheid, interculturaliteit en democratie lopen als rode draad door de programma's en partnerkeuzes van dBG. Sommige thema's kunnen ook gericht zijn op het kunstenveld zelf en een smal publiek bereiken. Samen met het Theaterfestival, DutchCulture, EUNIC, de Vlaamse Steunpunten en partijen binnen en buiten de kunsten staat dBG aan de basis van het opzetten van debatten en ontmoetingen. Contextualisering loont ook om kunstenaars en artistieke programma's te laten zien aan een breder publiek. dBG ziet bijvoorbeeld een uitstekende gelegenheid om naar aanleiding van de herdenking van de Eerste Wereldoorlog het thema breder in Nederland te belichten.

3. Inhoudelijke en artistieke visie

Participatie

Onder participatie verstaat dBG zijn rol als bemiddelaar tussen kunstenaars en het Nederlandse veld en publiek om de betrokkenheid te verhogen. Voor veel Vlamingen is Nederland het eerste buitenland en een evidente uitbreiding van het afzetgebied. dBG krijgt vaak de vraag van Vlaamse organisaties om vernieuwende concepten en ideeën in Nederland te toetsen en een breed betrokken publiek te bereiken. In het kader van cultureel ondernemerschap probeert dBG zo goed mogelijk aan deze vraag tegemoet te komen. Door organisaties te faciliteren in de breedst mogelijke zin van het woord, met onder andere een zaal, techniek, marketing en knowhow en zonder het volledige financiële risico te dragen, helpt het deze organisaties verder de Nederlandse markt op. Belangrijk in deze manier van werken is het feit dat de gastorganisatie medeverantwoordelijk is. Met betrekking tot bijvoorbeeld de premières van Vlaamse films, evenementen of boekpresentaties van Vlaamse schrijvers worden dit soort modellen, waar mogelijk, ingezet.

dBG zal de komende jaren actief op zoek gaan naar samenwerkingsverbanden met partners uit het brede culturele circuit die in principe commercieel succesvol kunnen zijn en die door een extra duw in de rug op een opvallende en prominente manier in het Nederlandse landschap kunnen worden geïntroduceerd.

Op het vlak van marketing en communicatie worden manieren ontwikkeld om de betrokkenheid van publiek en professionals te verhogen. Dat wordt behandeld in het volgende hoofdstuk.

Op het vlak van Culturele Diplomatie wil dBG als bemiddelaar optreden om interessante partnerorganisaties en hun publieken aan zich te binden. Dit door samen te werken met andere Vlaams-Nederlandse beleidsactoren, genootschappen, fondsen en verenigingen. Bij de Creatieve Culturele Sectoren blijkt de wederzijdse interesse heel sterk. De volgende jaren zet dBG daarom intensief in op het samenbrengen van die sectoren uit Vlaanderen en Nederland. Ontwikkelingen worden gespiegeld en kleine groepen mensen, die zelf aangeven wie ze willen ontmoeten en waarom, worden bij elkaar gebracht om vandaaruit de verdere mogelijkheden te onderzoeken.

Participatie is tot slot ook een manier om verschillende en diverse doelgroepen te bereiken en hun betrokkenheid bij dBG te vergroten. Hierover meer in het volgende hoofdstuk.

4. Communicatie en marketing

Het communicatie- en marketingbeleid van dBG heeft zich de afgelopen jaren gericht op het verspreiden van de eigen naamsbekendheid en het vergroten van het publieksbereik voor de eigen plek in Amsterdam. Om als merk en eigen identiteit overeind te blijven en publiek voor de Vlaamse kunst te bereiken, moet deze strategie worden behouden. Daarnaast wordt de komende jaren een strategie ontwikkeld om de Vlaamse kunst en cultuur in heel Nederland zichtbaarheid te geven. Beide communicatielijnen staan niet los van elkaar, maar versterken elkaar. Net als in de programmering zijn de codewoorden: samenwerking en partnerschap. Door het optrekken met partners wordt de communicatie rijker, het draagvlak breder en het publieksbereik groter. Partners, kunstenaars en bevriende instellingen worden gevraagd mee te gaan in gezamenlijke campagnes om op die manier een exponentiële groei en zichtbaarheid te creëren.

Storytelling is het centrale marketingconcept. Dat betekent dat dBG met zijn communicatie en marketing het publiek een verhaal gaat vertellen. Een verhaal van zich onderscheidende, kwalitatieve en relevant kunst en cultuur uit Vlaanderen, met het Vlaamse aspect als toegevoegde waarde. De kunst en cultuur worden zorgvuldig gekozen en het Vlaamse wordt ingezet als een extra smaakkleur, die ervoor zorgt dat een breed publiek geprikkeld raakt. Zo voegen we dus waarde en emotie toe aan datgene wat we willen vertellen. Een voorbeeld is de 'Ik zie u graag'-campagne: een corporate campagne voor de gehele werking van dBG die mensen wijst op de taalverschillen, de nieuwsgierigheid probeert te prikkelen naar Vlaamse kunst en cultuur en tegelijk een positieve connotatie bij het publiek teweegbrengt. De keuze voor storytelling impliceert dat het traditionele denken, dat enkel is gericht op het aankondigen van evenementen, wordt verlaten. Het verhaal wordt voornamelijk verteld en getoond via de sociale media en de website, waarbij de gebruiker ook vragen kan stellen of zelfs commentaar kan leveren. Het publiek leeft mee met het tot stand komen van een

kunstwerk, leest de ergernissen in een Twitterbericht, wordt in de sfeer gebracht met de juiste muziek via een afspeellijst op Spotify. Daarna krijgt het te horen waar en wanneer de activiteit zal plaats vinden. Nadien worden sporen nagelaten op de website en de sociale media. Bezoekers kunnen een gedeelte van de activiteit opnieuw beleven door middel van video of audio, wat degenen die het event hebben gemist allicht warm maakt om er een volgende keer wel bij te zijn. De aankondiging van activiteiten blijft ook klassiek verlopen, via de krant en de wekelijkse nieuwsbrief. dBG zoekt daarbij uiteraard telkens naar nieuwswaarde om meer potentieel geïnteresseerd publiek te bereiken. In de driemaandelijks 'succesnieuwsbrief' wordt teruggeblikt op de afgelopen periode en worden de effecten weergegeven van wat er de afgelopen maanden in Nederland is gebeurd met de Vlaamse kunst en cultuur.

Het is de ambitie van dBG om het communicatie- en marketingbeleid te laten aansluiten bij de doelstellingen zoals die zijn geformuleerd in Vlaanderen in Actie en het Pact 2020, waarbij Vlaanderen zich consistent wil positioneren als regio bij uitstek van mensen als makers, sinds eeuwen gedreven door kennis en kunde.

4. Communicatie en marketing

4.1 Aandachtsgebieden

Binnen de marketing onderscheidt dBG vier aandachtsgebieden, die de functies volgen die dBG op beleidsniveau heeft onderscheiden: informatie, presentatie en (co)productie, reflectie en thematisering, en participatie.

Informatie

dBG richt zich op een breed publiek: van professional tot nieuwsgierige voorbijganger. dBG is door zijn Vlaamse karakter, zijn multidisciplinaire inhoud en de hoge kwaliteit voor velen interessant en aantrekkelijk. De professional (inclusief de preprofessional) bestaat uit mensen die kunst maken, die kunst ondersteunen door productie, spreiding, presentatie of financiering en uit mensen die over kunst en cultuur reflecteren. Zij worden aangesproken in speciale nieuwsbrieven, maar ook rechtstreeks via onze programmatoren.

Om de juiste informatie te verspreiden werkt dBG samen met Cultuurnet Vlaanderen, Flanders Art en het Kunstensteunpunt. Zij verstrekken de relevante informatie die dBG op zijn beurt vertaalt naar een Nederlands publiek en werkt hiervoor samen met Nederlandse organisaties en media. Over de festivals en toevenementen wil dBG samen om tafel zitten met Arts Flanders en Toerisme Vlaanderen om beter de pers te bereiken. dBG heeft goede contacten met de belangrijkste dag- en weekbladen en kan die expertise inzetten om de juiste media naar Vlaanderen toe te leiden.

Presentatie en (co)productie

dBG gaat met de relevante partners in Nederland het gesprek aan om strategieën te bedenken voor een maximale zichtbaarheid en spreiding in Nederland. Hoe kunnen we meer publiek en professionals aan de Vlaamse kunst en cultuur te binden? De keuze om als

verbindingsbureau in zee te gaan met verscheidene partners maakt het publicitair makkelijker om doelgroepen aan te spreken, de pers te benaderen en een breed draagvlak te verwerven voor de activiteiten. Daarbij blijft de eigen plek wel belangrijk; dBG heeft een eigen publiek dat zijn weg vindt en kan dus een inspirerend voorbeeld zijn. De marketinginzet van de afgelopen jaren heeft vruchten afgeworpen. Jaar na jaar haalde dBG meer bezoekers en een hogere bezettingsgraad. dBG brengt een mix van gevestigd en jong talent en spreekt zo veel verschillende doelgroepen aan. De afgelopen jaren heeft de marketing zich met name gericht op een verbreding en verjonging van het publiek. Dit succes wil dBG we bestendigen.

Uniek aan dBG zijn de multidisciplinaire mogelijkheden van het programma. Zeker in Amsterdam heeft elke discipline haar eigen plek. Huizen waar alle kunsten samenkomen, zijn er weinig. Het maakt dBG aantrekkelijk voor publiek en samenwerkingspartners binnen en buiten de stad.

Reflectie en thematisering

De klassieke 'meerwaardezoeker' komt aan zijn trekken in programma's die naast aandacht voor de kunst ook aandacht hebben voor de bredere culturele en maatschappelijke laag die Vlaanderen en Nederland de ene keer verbindt en de andere keer uit elkaar trekt. De thematische projecten genereren nieuwe doelgroepen; doelgroepen die niet afkomen op een artistiek inhoudelijke product, maar juist op de populair maatschappelijke thematiek (Verkiezingen, 100 jaar Ronde van Vlaanderen) of op de maatschappelijk actuele thematiek. Het zijn belangrijke nieuwe doelgroepen, die mede zorg dragen voor een breed draagvlak van dBG in de samenleving.

4. Communicatie en marketing

Participatie

De komende jaren wil dBG zijn maatschappelijke betrokkenheid verbreden, niet alleen door middel van de programmering, maar ook door vanuit de marketing actief nieuwe doelgroepen te zoeken en te betrekken bij dBG. Naast de hierboven beschreven thematische aanpak zijn er ook andere programma's gericht op het bereiken van nieuw publiek. Elk seizoen geeft dBG tien invloedrijke Nederlanders, die actief zijn in onder meer de cultuursector, het zakenleven en de CCS, de kans om vijftien mensen uit hun netwerk mee te nemen naar dBG voor een voorstelling of tentoonstelling. Zij krijgen een introductie in de Vlaamse kunst en cultuur en de werking van dBG, en worden uitgenodigd mee te denken over samenwerking. Ook gaat dBG de komende jaren een relatie aan met middelbare scholen, met maatschappelijke organisaties zoals Jinc (achterstandswijken), met kleine creatieve organisaties en met lokale ondernemers: in de ontmoeting liggen kansen voor een breder draagvlak voor dBG.

5. Personeel

dBG werkt met een personeelsploeg van 13,65 fte verdeeld over vijftien personen. Het is een klein en flexibel team, dat projectmatig kan worden aangevuld. De loonkosten betreffen ongeveer 47 procent van de totale kosten.

De nieuwe invulling van de missie vereist een aantal verschuivingen in de personeelsploeg om op een zo flexibel mogelijke manier in te spelen op het Nederlandse veld. Met het personeel wordt een traject ingegaan om de nieuwe invulling te implementeren en de taakstelling hierop aan te passen. Daarnaast wordt de programmator Audiovisuele Kunst en Cultuur aanspreekpunt voor externe curatoren verbonden aan partnerinstellingen in Vlaanderen en Nederland. De productiemedewerker wordt vervangen door een assistent-programmator die mede de contacten in Nederland en Vlaanderen onderhoudt en het gesprek ook inhoudelijk voedt. Tot slot wordt de zakelijk leider vervangen door een directiesecretaris die de algemeen directeur op zakelijk vlak bijstaat.

Dit levert het volgende personeelsplaatje op:

Zes mensen staan in voor het beheer. De directeur en zijn directiesecretaris staan in voor de dagelijkse leiding en het beleid. De planningsverantwoordelijke doet ook de acquisitie en opvolging verhuur. Er is één permanente baliemedewerker die ook instaat voor de coördinatie van de avondploeg en veiligheid. Er is gedurende drie dagen een boekhouder in dienst, gedurende twee dagen een gebouwbeheerder en de ICT wordt uitbesteed. Negen personen zijn verantwoordelijk voor de activiteiten. Het artistieke team bestaat uit drie personen: twee programmatoren/netwerkers en een assistent-programmator/productieleider. Zij worden aangevuld met externe curatoren voor de afdeling audiovisuele kunsten. De afdeling marketing en communicatie en de afdeling techniek bestaan elk eveneens uit drie personen.



 **VLAAMS CULTUURHUIS
DE BRAKKE GROND**

Nes 45 1012 KD Amsterdam

T +31 (0)20 622 90 14

www.brakkegrond.nl

www.facebook.com/brakkegrond

www.youtube.com/debrakkegrond

www.twitter.com/brakkegrond

Vormgeving: Esther de Bruijn, Arnhem