

Onderzoeksnotitie

Onderwerp
Balancing Act

Aan
De Zaak Nu

Van
Rebel / aemuse / APE

Datum
30.09.14

Samenvatting

Voor De Zaak Nu onderzochten¹ aemuse, Rebel en APE de toegevoegde waarde van presentatie-instellingen in Nederland, op artistiek en maatschappelijk vlak. Ook zochten wij naar mogelijkheden voor het inzichtelijk maken van deze waarden voor zowel presentatie-instellingen zelf als andere stakeholders. De focus van dit onderzoek is juist nu relevant in een tijd waar veel gekort wordt op (financiële) steun voor kunst en cultuur, zeker ook voor presentatie-instellingen. Om dit laatste goed in beeld te krijgen, is in het kader van het onderzoek tevens geanalyseerd hoe de instellingen er op financieel vlak voor staan. Meer inzicht in en handvatten voor het inzichtelijk maken van de toegevoegde waarde van deze sector is onontbeerlijk. Na het voeren van verscheidene gesprekken binnen het veld van presentatie-instellingen en het afnemen van een online enquête komen wij tot de volgende toegevoegde waarde(n): Onderzoek & Ontwikkeling, Platform & Presentatie en (Inter)nationaal Netwerk. Deze waarden of functies staan continu in relatie tot elkaar, de een kan niet zonder de ander. In de verdere notitie vindt u een uitgebreide analyse van de uitkomsten en een korte verantwoording over ons onderzoek.

De onderzoekers willen hun dank en waardering uitspreken aan de presentatie-instellingen die mee hebben gewerkt aan het onderzoek – door beschikbaar te zijn voor een interview, door de enquête in te vullen of door hun financiële gegevens aan te leveren bij het onderzoeksteam.

¹ Het onderzoek werd mogelijk gemaakt door financiële ondersteuning door het ministerie van OCW.

aemuse
REBEL



www.rebelgroup.com
KvK 56 67 43 68
IBAN: NL56 RABO 0175 4098 70

Rebel Economics & Transactions bv
Wijnhaven 23
3011 WH Rotterdam

T 010 275 59 95
F 010 275 59 99
info@rebelgroup.com

1. Analyse

1.1 Ontwikkelingen in de sector

De titel van deze notitie 'Balancing Act' doelt op de verschillende ontwikkelingen en krachtvelden waar presentatie-instellingen in Nederland momenteel mee te maken hebben en tussen moeten laveren. Voordat we ingaan op de 'balancing acts' waarmee de instellingen te maken hebben, gaan we in op de status quo zoals uit zowel de analyse van de enquête als de financiële analyse naar voren kwam.

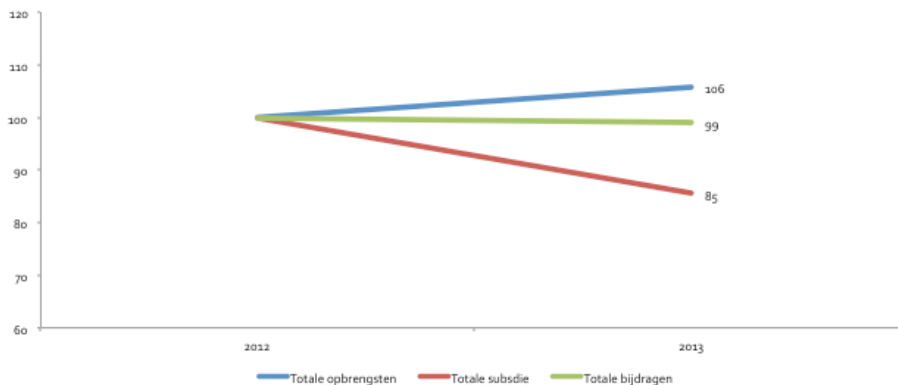
1.2 De activiteiten

Op basis van de enquête (zie hiervoor en voor de volgende analyse de tabellen in de bijlage) kunnen wij een cijfermatig beeld van de veranderingen in de sector wat betreft activiteiten, projecten en bezoeken tussen 2012 en 2013 schetsen. De vragenlijst is door 33 instellingen ingevuld. Uit de enquête blijkt dat het aantal presentaties en bezoeken is gedaald. Het aandeel betaalde bezoeken is hierbij gestegen en het aandeel gratis bezoeken gedaald. Het aandeel betaalde opdrachten aan kunstenaars is eveneens gedaald. Het gemiddeld aantal samenwerkingsprojecten is licht gestegen. Uit de gesprekken hebben we begrepen dat de manier waarop de presentatie-instellingen een afweging maken tussen gratis en betaald bezoek, aan verandering onderhevig is. Steeds meer wordt gewerkt met 'pay what you can' modellen, waarbij de bezoeker gevraagd wordt om zelf te bepalen hoeveel hij betaalt voor het bezoek. Dit kan als gevolg hebben dat het aandeel betaalde bezoeken toeneemt (immers, iedereen is in dit model een betalende bezoeker) terwijl de publieksinkomsten dalen (de gemiddelde opbrengsten per bezoeker zijn vaak lager). Ook kiezen de presentatie-instellingen vaker voor tentoonstellingen met een langere looptijd en gratis toegang; naast deze tentoonstellingen worden vervolgens evenementen georganiseerd waarbij geld verdiend wordt door bijvoorbeeld boekverkoop of horeca. Dit leidt in de exploitatierekening van een instelling dan tot lagere publieksinkomsten en tot hogere 'overige eigen inkomsten'.

1.3 De financiële situatie

Om een goed beeld te krijgen van de financiële situatie bij presentatie-instellingen is een gegevensuitvraag gedaan bij de leden van de brancheorganisatie De Zaak Nu. Met behulp van deze bronnen kunnen we een panel samenstellen van 24 presentatie-instellingen waarvoor gegevens beschikbaar zijn voor de jaren 2012 en 2013. Twee van de leden van dit panel zijn door OCW gesubsidieerde instellingen.

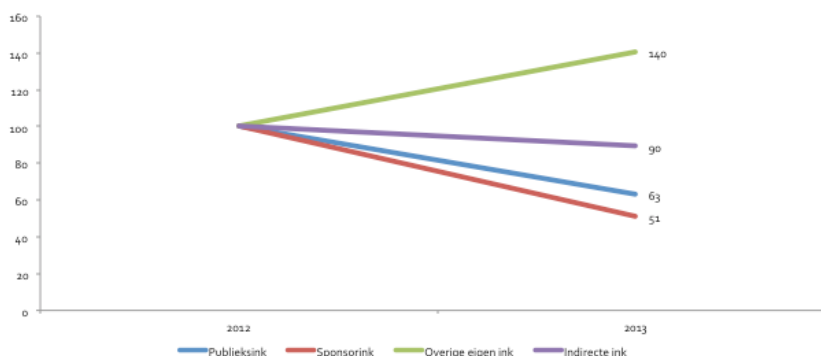
De financiële analyse van de instellingen in het panel laat over de hele breedte een dalende lijn zien. De totale baten dalen met 10,3%. Daarbij dalen de subsidies met 14,5%, terwijl de opbrengsten met 5,8% stijgen. De private bijdragen veranderen nauwelijks (min 1%).



Daarmee is er in de bekostigingsmix sprake van een afname van de subsidieafhankelijkheid. In 2012 ontvingen de instellingen in het panel nog 77,5% van hun totale baten uit een publieke bron, in 2013 is dit nog maar 73,9%. Het aandeel van de opbrengsten stijgt daarentegen van 17% naar 20,1%.

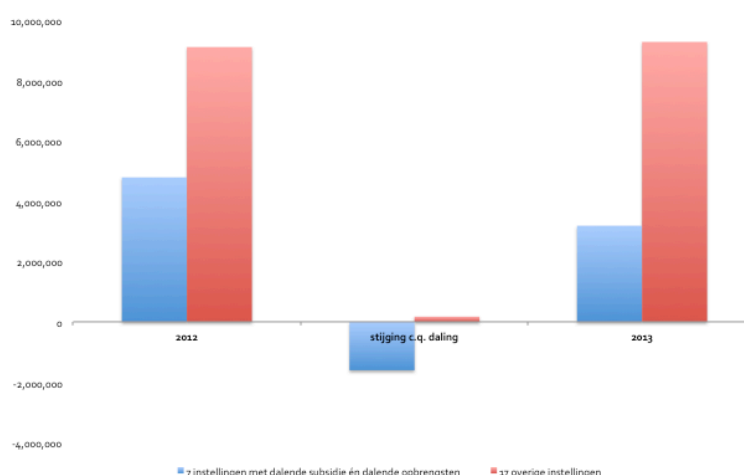
Een open vraag is of de verandering in de bekostigingsmix het begin is van een trend of een incidentele ontwikkeling. Voor het jaar 2014 kunnen we toewerken naar een werkhypothese. Aangezien de subsidies van meerdere subsidiegevers in de periode 2013-2016 lager zijn dan in de eerdere periode, zal er in een aantal gevallen sprake zijn van een frictiekostensubsidie, of van het vervangen van structurele subsidie door projectsubsidie. De hoogte van deze subsidievormen kunnen we in het kader van dit onderzoek voor het panel niet bepalen, maar het is aannemelijk dat de totale structurele subsidie nog iets duidelijker is gedaald dan in deze analyse zichtbaar wordt. Het feit dat er sprake is van frictiekostensubsidies, wijst in meer algemene zin op de manier waarop bezuinigingen werken: als een structurele subsidie wordt afgebouwd, dan kost dit de overheid in het eerste jaar vaak extra geld, om dan in de volgende jaren tot besparingen te leiden. Als we dit mechanisme toepassen op de presentatie-instellingen, dan volgt de werkhypothese dat de impact van de bezuinigingen pas in 2014 en 2015 in de jaarcijfers zichtbaar wordt.

Hoewel de opbrengsten met 5,8% stijgen, geldt dit niet voor alle onderdelen van de opbrengsten. Sterker nog, de aparte onderdelen van de categorie opbrengsten laten een zeer uiteenlopend beeld zien: terwijl de overige opbrengsten met 40,5% stijgen, dalen de andere posten fors: de publieksinkomsten met 36,8%, de sponsorinkomsten met 48,8% en de indirecte inkomsten met 10,5%. Dit duidt erop dat hard gewerkt is aan het aanboren van 'nieuwe' inkomstenbronnen, maar dat daarbij minder activiteiten worden georganiseerd, zodat de publieksinkomsten dalen.



Ook bij de subsidies zien we een verschil tussen de verschillende posten, waarbij wel geldt dat de inkomsten uit alle subsidiebronnen zijn gedaald. De inkomsten vanuit het Rijk (incl. fondsen) dalen met 9,6%, de subsidies vanuit de gemeenten met 13,4%. De subsidies vanuit provincies dalen sterker (met 34%), maar deze vertegenwoordigen ook slechts rond 5% van de totale subsidies.

Het beeld voor de gehele sector is dus gemengd – dalende subsidies en totale baten, stijgende opbrengsten. Daarbij laten de cijfers wel een duidelijke tweedeling zien. Er zijn 12 instellingen die in 2013 minder subsidie hebben gekregen dan in 2012, en ook 12 instellingen die in 2013 minder opbrengsten hebben binnengehaald dan in 2012. Sommige instellingen is het gelukt om een teruggang bij de ene categorie (deels) te compenseren door een stijging bij de andere categorie. Dat geldt echter niet voor alle instellingen: zeven instellingen hebben te maken met én teruglopende subsidies én teruglopende opbrengsten. Als we nader inzoomen op deze 7 instellingen, zien we dat de totale baten van deze instellingen gewogen gemiddeld 34% (ongewogen gemiddeld: met 38%) teruglopen. In absolute getallen: de totale baten van deze 7 instellingen dalen van 4,8 miljoen euro in 2012 naar 3,2 miljoen euro in 2013. De instellingen zijn verantwoordelijk voor meer dan 100% van de daling van de totale baten van het gehele panel, met andere woorden: de overige instellingen kennen, bij elkaar opgeteld, geen daling, maar juist een stijging.



Tenslotte kunnen we nog inzoomen op de kostenbeheersingsstrategieën van de instellingen in het panel. Hierbij zien we dat hoogte van de personele beheerlasten nauwelijks verandert (plus 0,8%),

terwijl de materiële beheerlasten met 14,3% dalen. Bij de activiteitenlasten is het andersom. De personele activiteitenlasten dalen veel sterker (met 26%) dan de materiële activiteitenlasten (min 2,5%).

1.4 Centra voor Beeldende Kunsten

Een bijzonder aandachtspunt is de positie van de CBK-instellingen. Dit zijn voormalig gemeentelijke instellingen die zich 'traditioneel' bijvoorbeeld bezig houden met de kunstuitleen. Inmiddels zijn deze instellingen vaak geprivatiseerd in die zin dat het nu stichtingen zijn die een gemeentelijke subsidie ontvangen. Op basis van gesprekken met sectorvertegenwoordigers en publieke bronnen weten we dat de CBK-instellingen zwaarder dan de gemiddelde presentatie-instelling geraakt worden door crisis en bezuinigingen. Dat is bijvoorbeeld af te lezen aan het feit dat een aantal CBK-instellingen zijn opgeheven, bijvoorbeeld CBK Utrecht, CBK Den Bosch, CBK West Brabant, CBK Dordrecht en – al enkele jaren geleden – CBK Gelderland.

Onze analyse is dat deze instellingen vaak tussen het wal en schip vallen. Ze zijn geen gemeentelijke diensten meer, en daarom worden ze door gemeenten niet anders behandeld dan andere subsidie-ontvangers. In tijden van krappe budgetten betekent dit: minder subsidie. Tegelijkertijd hebben de CBK's vaak niet de optie om bij een andere subsidieverstrekker of bij een private partij (bijv. een privaat fonds) aan te kloppen. Immers, ze worden door die partijen nog steeds gezien als instellingen waar de desbetreffende gemeente voor verantwoordelijk is. Resultaat is dat CBK's door gemeentes gekort worden, maar in mindere mate dan andere instellingen 'vluchtroutes' ter beschikking hebben.

1.5 Balancing acts

De vele ontwikkelingen vormen vaak tegenstellingen of paradoxen. Het is voor presentatie-instellingen momenteel een zaak van evenwicht houden, of balanceren, tussen bijvoorbeeld de ambitie en de beschikbare middelen of tussen het lokale draagvlak en een internationale focus.

1.5.1 Balans 1 ambitie en middelen

Door bezuinigingen en de economische crisis in het algemeen ontstaat er bij presentatie-instellingen een discrepantie tussen de ambitie en de beschikbare middelen om deze ambitie te realiseren. Dit heeft tot gevolg dat:

- enkele presentatie-instellingen de deuren hebben gesloten; en
- er bij veel anderen sprake is van een verborgen crisis. Door de instellingen wordt aan dezelfde ambitie vastgehouden maar deze moet gerealiseerd worden met minder financiën en minder mankracht. Gevolgen zijn bijvoorbeeld het niet of te weinig kunnen betalen van personeel en/of kunstenaar en verlies aan kennis in de sector.

1.5.2 Balans 2 lokaal en internationaal

Het speelveld, en daarmee de focus, van presentatie-instellingen is breed. Partners, publiek en peers bestaan zowel op lokaal, regionaal, nationaal als ook internationaal niveau. Vooral lokale krachten, denk aan een lokale overheid en het lokale publiek, en internationale krachten, zoals culturele instellingen en kunstenaars in het buitenland willen nog wel eens botsen. Presentatie-instellingen krijgen hierdoor te maken met zaken als:

- onbegrip bij de lokale overheid en het lokale publiek over de activiteiten en focus van de presentatie-instelling;
- niet op elkaar afgestemde wensen en subsidiecriteria van de verschillende overheden; en
- Wel worden er door presentatie-instellingen talrijke projecten gerealiseerd in het buitenland, al dan niet met vooraanstaande internationale partners. Dit betekent vaak ook een verhoging van het internationaal publieksbereik en mogelijkheden voor meer internationale fondsenwerving.

1.5.3 Balans 3 talentontwikkeling: experiment van de kunstenaar en toegankelijkheid voor het publiek

Zeker geen onbekend verhaal voor culturele instellingen maar wel een die voor presentatie-instellingen op het scherpst van de snede speelt. Het zeer experimentele karakter van de activiteiten en tentoonstellingen van deze instellingen leidt niet tot hoge bezoekerscijfers. Het draait om de ontwikkeling van de kunst en het kunstenaarschap. Tegelijkertijd wordt van presentatie-instellingen steeds meer verwacht de toegankelijkheid voor het publiek te vergroten en ondernemend te zijn. Dit leidt tot de volgende ontwikkelingen:

- presentatie-instellingen gaan meer experimenteren in hun maatschappelijke verbinding. Meer aandacht wordt besteed aan de presentatie naar het publiek toe, door middel van marketingcommunicatie, thematiek en vormgeving van tentoonstellingen en evenementen rond het werk van presentatie-instellingen. Ook gaan presentatie-instellingen steeds meer samenwerken met maatschappelijke, vaak lokale, partners om zo een bredere doelgroep aan te spreken; en
- op artistiek, inhoudelijk gebied wordt risico gemeden door vooral met gevestigde namen te werken, groepstentoonstellingen te organiseren of binnen het heersende conceptualisme of intellectualisme te werken.

1.6 De toegevoegde waarde

Het onderzoek leidt tot de volgende toegevoegde waarde(n) van presentatie-instellingen in Nederland op artistiek en maatschappelijk vlak.

1.6.1 Onderzoek & Ontwikkeling

Onderzoek en ontwikkeling staat bij presentatie-instellingen centraal. Het vrijlaten en stimuleren van kunstenaars om te experimenteren heeft als doel om bij te dragen aan de ontwikkeling van het

individuele talent en de ontwikkeling van de beeldende kunstsector als geheel. De R&D focust zich zowel op maatschappelijke als artistieke thema's en kan een wisselende uitkomst hebben. Deze uitkomst kan artistiek zijn in de vorm van een tentoonstelling, een in opdracht gemaakt kunstwerk of een serie, maar kan ook op een andere manier zijn betekenis krijgen door bijvoorbeeld specialistische kennisuitwisseling of bijzondere publicaties.

Onderstaande tabel geeft een beeld van de aan onderzoek en ontwikkeling gerelateerde functies van de respondenten (zie ook tabellen in bijlage).

Functies/eigenschappen m.b.t. Onderzoek & Ontwikkeling	%
Deel uit maken van lokale culturele infrastructuur	94
Talentontwikkeling	76
Debatten organiseren	70
Maatschappelijke en artistieke doelen (laten) onderzoeken	61
Kunstenaars een residentie en/of werkomgeving bieden	52
Digitaal platform voor kunstenaars	21

1.6.2 Platform & Presentatie

Platform en presentatie is heel nadrukkelijk meer extern gericht. Het is het bieden van een podium aan een kunstenaar om zijn/haar talent te kunnen presenteren aan het publiek. Het publiek wordt op deze manier betrokken bij de ontwikkelingen die gaande zijn in de hedendaagse kunst. Het doel is hen te verrijken, te laten reflecteren of om met hen een dialoog aan te gaan. De instelling is hierdoor een ontmoetingsplaats voor het individu met een kunstwerk/kunstenaar of voor kunstenaars onderling. Bijna de helft van de bezoekers is tussen de 30 en 65 jaar, 39% jonger dan 30 jaar en 13% ouder dan 65 jaar. Presentatie-instellingen maken hiernaast regelmatig publicaties. Ca. 80% van de respondenten heeft minstens één publicatie in 2012 en/of 2013 gepubliceerd.

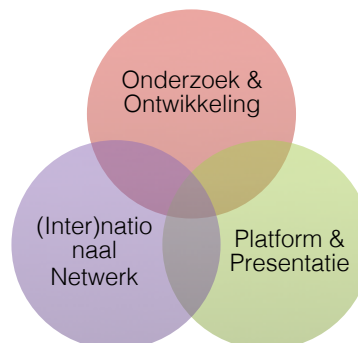
Onderstaande tabel geeft een beeld van de aan platform en presentatie gerelateerde functies van de respondenten.

Functies/eigenschappen m.b.t. Platform & Presentatie	%
Presenteren van actuele kunst	94
Deel uit maken van lokale culturele infrastructuur	94
Debatten of workshop organiseren	73
Educatie aanbieden	55
Kenniscentrum zijn	42
Publicaties maken/uitgeven	18

1.6.3 (Inter-)nationaal Network

Presentatie-instellingen zijn nauw verbonden met andere (kunst)instellingen nationaal en internationaal. Alle respondenten geven aan bij samenwerkingsprojecten betrokken te zijn. De samenwerkingspartners zijn hierbij overwegend regionaal en voor een deel nationaal of internationaal en zeer divers. Bijna driekwart van de respondenten geeft aan een internationale horizon of internationaal netwerk te hebben en bijna 80% heeft regelmatig contact met internationale contacten. Door het ontwikkelen van een (inter-)nationaal netwerk dragen presentatie-instellingen bij aan de doorstroom in Nederland van (buitenlands) talent opgeleid aan de topinstituten in Nederland, zijn ze hedendaagse kunstambassadeurs voor Nederland en in het buitenland, zijn ze in staat om buitenlandse kunstenaars naar Nederland te halen of werken ze samen met buitenlandse musea of andere samenwerkingspartners. Een (inter-)nationale focus is nodig om de andere twee waarden – onderzoek en ontwikkeling en platform en presentatie – op topniveau te kunnen realiseren.

Daarnaast kunnen we een aantal andere redenen identificeren waarom het onderhouden van een internationaal netwerk voor presentatie-instellingen cruciaal is. Ten eerste heeft dit te maken met de internationaliteit van de (post)kunstopleidingen in Nederland; uit recent onderzoek is gebleken dat bijvoorbeeld bij de postacademische instellingen het aandeel buitenlanders rond de 50% ligt. De internationale aantrekkingskracht van de kunstopleidingen is ook voor presentatie-instellingen in Nederland belangrijk. Aangezien een presentatie-instelling voor een jonge kunstenaar vaak het eerste station na de opleiding is, is het logisch dat ook deze instellingen zeer internationaal georiënteerd zullen zijn. Het feit dat het bestaansrecht van postacademische opleidingen onder druk staat, heeft daarom ook grote invloed op de invulling van de keten, het internationale netwerk en de rol van presentatie-instellingen daarin. Daarbij komt dat de taaldrempel veel minder speelt bij de beeldende kunst dan bijvoorbeeld bij het theater. En tenslotte werken de presentatie-instellingen met c.q. zeer specifieke expertises of niches – samen om gelijkgezinde samenwerkingspartners te vinden. Dan moet je gewoon verder kijken dan Nederland.



Al met al komen we tot bovenstaand figuur: drie waarden of functies die continu met elkaar in verbinding staan omdat ze zonder elkaar vaak niet gerealiseerd [kunnen] worden.

1.7 Inzichtelijk maken van de toegevoegde waarde

De volgende stap is het inzichtelijk maken van deze waarden. Hoe toont een presentatie-instelling aan dat het deze waarden daadwerkelijk toevoegt, of realiseert? Aan wie moet een financier of partner welke vragen stellen om te achterhalen of een presentatie-instelling naar behoren functioneert? De volgende tabel laat zien met welke onderwerpen, stakeholders, informatie en

methoden de toegevoegde waarde van presentatie-instellingen inzichtelijk gemaakt kan worden. De tabel is gebaseerd op de deskresearch en gesprekken met de presentatie-instellingen.

1. Toegevoegde waarde	2. Hoe?	3. Stakeholders	4. Inzichtelijk maken door
Onderzoek & Ontwikkeling	Initiëren van experiment	Eigen organisatie	Groepsgesprek
	Zijn van een vrijplaats	Kunstenaars	Een-op-een gesprek
	Onderzoek naar kunst en kunstenaarschap	Peers	Kunstenaarsreacties
	Ontwikkelen specialistische kennis	Artistiek partners Maatschappelijk partners Financiers	Media-aandacht: blogs, artikelen Peer review Publicaties
Platform & Presentatie	Zijn van een ontmoetingsplaats	Eigen organisatie Publiek	Groepsgesprek Een-op-een gesprek
	Verrijken van het publiek	Kunstenaars	Bezoek door partners, financiers
	Reflecteren op artistieke en maatschappelijke thema's	Artistiek partners Maatschappelijk partners Financiers	Publieksreacties (vb. gastenboek) Publieksonderzoek: enquête, panel
	Bieden van een podium voor kunstenaars		Extramurale en/of samenwerkingsverbanden
	Werven en selecteren van kunstenaars		In-, uit- en doorstroom Media-aandacht: blogs, artikelen
(Inter)nationaal Netwerk	Hebben van open en flexibele houding	Eigen organisatie Kunstenaars	Groepsgesprek Een-op-een gesprek
	Zijn van een ambassadeur, gastheer	Peers Artistiek partners	Cijfers buitenland: bezoek, werving financiën
	Up-to-date zijn	Maatschappelijk partners	Samenwerkingsverbanden
	Leggen van verbindingen met kunstenaars, partners, financiers	Financiers	Publicaties Peer review
			In-, uit- en doorstroom Media-aandacht: blogs, artikelen

Toelichting:

1. De toegevoegde waarde zoals beschreven in deze notitie.
2. Hoe? Op welke manieren kan een presentatie-instelling de waarde realiseren? Te gebruiken als verduidelijking van de waarden bij het stellen van vragen aan de verscheidene stakeholders of als leidraad bij zelfevaluatie.
3. Stakeholders: alle individuen en organisaties die invloed hebben op of samenwerken met een presentatie-instelling in het kader van de genoemde toegevoegde waarde.
4. Inzichtelijk maken door: methoden waarmee stakeholders bevraagd kunnen worden of informatie waarmee zelf een evaluatie kan worden gedaan om te zien of een waarde wordt gerealiseerd.

2. Aanbevelingen

Uit het onderzoek volgen enkele aanbevelingen voor onze opdrachtgever, De Zaak Nu.

2.1 De term presentatie-instelling

Uit de gesprekken bleek dat er veel verwarring en/of onvrede heerst over de term presentatie-instelling als verzamelnaam voor de sector. Niet alle instellingen zien presenteren van het werk als hun core business. Sommigen opteren voor een naam waarin juist het produceren of ontwikkelen meer naar voren komt. Mogelijk kan De Zaak Nu hierover in overleg treden met de subsidiërende overheden.

2.2 Pilot voor het inzichtelijk maken van de toegevoegde waarde(n)

Daarnaast adviseren wij De Zaak Nu om een pilot te starten en zo samen met presentatie-instellingen en diens stakeholders de bovenstaande tabel in de praktijk te testen. Op deze manier kan De Zaak Nu meer informatie en 'munitie' in handen krijgen om zich sterk te maken voor presentatie-instellingen. Bovendien worden presentatie-instellingen gemotiveerd om op een door henzelf geïnitieerde manier meer werk te maken van (zelf)evaluatie.

3. Bijlage 1: Respons

3.1 Overzicht respondenten/geïnterviewden

Instelling	Plaats	Interview	Financiële gegevens	Enquête
1646	Den Haag		X	X
38CC	Delft			X
BAK	Utrecht	X		
Baltan Laboratories	Eindhoven		X	X
Casco	Utrecht		X	X
CBK Drenthe	Drenthe		X	X
CBK Groningen	Groningen			X
CBK Zeeland	Zeeland		X	X
De Appel arts centre	Amsterdam	X	X	X
De Player	Rotterdam	X	X ²	
Electron	Breda		X	X
Expodium, platform voor jonge kunst	Utrecht		X	X
Extrapool	Nijmegen		X	X
FOTODOK	Utrecht		X	X
Gemak	Den Haag		X	
Hotel Mariakapel	Hoorn (NH)		X	X
If I Can't Dance I Don't Want To Be Part ...	Amsterdam		X	X
KIK, Stichting Kunst in Kolderveen	Nijeveen	X	X	X
KOP	Breda			X
Kunstfort Vijfhuizen	Vijfhuizen			X
Kunsthal KadE	Amersfoort	X		X
Kunstverein	Amsterdam			X
Kunstvereniging Diepenheim	Diepenheim		X	X
Mama	Rotterdam		X	X
Marres	Maastricht	X		

² De jaarrekeningen van De Player zijn openbaar beschikbaar en konden derhalve mee worden genomen in de analyse.

Nest			X	
Nieuwe Vide	Haarlem			X
Noordkaap	Dordrecht			X
Onomatopée	Eindhoven	X		X
PAKT	Amsterdam		X	X
Paradox	Edam			X
Sign	Groningen	X	X	X
Stroom Den Haag	Den Haag		X	X
TENT	Rotterdam	X		
Tetem Kunstruimte	Enschede			X
The One Minutes Foundation	Amsterdam	X	X	
UPOMINKI /// non-profit project space	Rotterdam			X
W139	Amsterdam	X	X	X
Witte de With	Rotterdam		X	X

3.2 Interviews

De interviews waren in chronologische volgorde met:

- Onomatopée, Eindhoven – Freek Lomme
- One Minutes Foundation, Amsterdam – Julia van Mourik
- BAK, basis voor actuele kunst, Utrecht – Arjan van Meeuwen en Maria Hlavajova
- TENT, Rotterdam – Mariette Dölle
- W139 – Ruimte voor hedendaagse kunst, Amsterdam – Jowon van der Peet
- Kunsthall KAdE, Amersfoort – Robbert Roos
- KIK/Kunst in Kolderveen, Nijveen – Pim Trooster
- Sign, Groningen - Marie-Jeanne Ameln en Ron Ritzerfeld
- Marres, Huis voor Hedendaagse Cultuur, Maastricht – Valentijn Byvanck
- De Player, Rotterdam – Peter Fengler
- De Appel arts centre, Amsterdam – Lorenzo Benedetti en Renée Jongejan

3.3 Enquête

Alle 75 presentatie-instellingen die bij DZN zijn aangesloten, hebben een vragenlijst ontvangen. 33 instellingen hebben deze ingevuld. De gepresenteerde kengetallen zijn niet representatief voor de sector. Zij geven wel een algemene indicatie.

4. Bijlage 2: Financiële gegevens

De volgende tabel bevat een overzicht op totaalniveau van de bij het onderzoeksteam aangeleverde financiële gegevens.

	2012	2013	
Publieksinkomsten	513.763	324.895	-36,76%
Sponsorinkomsten	126.626	64.845	-48,79%
Overige eigen inkomsten	974.612	1.369.019	40,47%
Indirecte inkomsten	389.799	349.030	-10,46%
Totale opbrengsten	2.361.286	2.499.045	5,83%
Subsidie Rijk	2.233.514	2.020.022	-9,56%
Subsidie Provincie	653.799	431.661	-33,98%
Subsidie Gemeente	6.467.967	5.603.309	-13,37%
Subsidie overig	1.414.637	1.152.396	-18,54%
Totale subsidie	10.769.917	9.207.388	-14,51%
Particulieren en vrienden	55.578	24.633	-55,68%
Bedrijven	82.553	138.474	67,74%
Private fondsen	516.097	354.677	-31,28%
Loterijen	26.080	95.328	265,52%
Totale bijdragen	762.308	754.704	-1,00%
Beheer personeel	2.018.259	2.034.238	0,79%
Beheer materieel	2.869.045	2.460.161	-14,25%
Totale beheerslasten	4.887.304	4.494.399	
Activiteiten personeel	3.732.847	2.761.303	-26,03%
Activiteiten materieel	5.272.664	5.142.868	-2,46%
Totale activiteitenlasten	9.005.511	7.904.171	
Totale baten	13.893.511	12.461.137	-10,31%
Totale lasten	13.892.815	12.398.570	-10,76%

5. Bijlage 3: Verantwoording interviews

5.1 Voorbereiding

De opdracht voor dit onderzoek was het duiden en inzichtelijk maken van de toegevoegde waarde van presentatie-instellingen in Nederland voor de belangenbehartiger De Zaak Nu (DZN). aemuse heeft hiervoor een onderzoeksopzet gepresenteerd op 24 juni 2014 en die is op 28 juni 2014 goedgekeurd door de secretaris van DZN, Astrid Schumacher.

5.2 Vaststellen interview-kandidaten

Aan de hand van de deskresearch heeft aemuse een lijst opgesteld van presentatie-instellingen die kandidaat konden worden voor een verdiepend interview. De criteria waren:

- Regionale spreiding
- Inhoudelijke focus
- Omvang
- Type instelling
- Diversiteit in subsidiestroom

De uiteindelijke lijst van 13 instellingen is door Astrid Schumacher op 28 juni 2014 goedgekeurd. Deze presentatie-instellingen zijn vervolgens door DZN benaderd met de vraag of zij hun medewerking wilden verlenen aan een interview met aemuse. Dit heeft geleid tot het inplannen van 11 interviews.

5.3 Gespreksleidraad

Daarnaast heeft aemuse tijdens de deskresearch literatuur- en websiteonderzoek gedaan om de gespreksleidraad voor de interviews op te stellen. Deze gespreksleidraad is ook op 28 juni 2014 door DZN goedgekeurd.

- **Overzicht veld:** Wat is uw beeld van het veld van presentatie-instellingen in Nederland?
- **Ambitie:** Wat is de ambitie van uw presentatie-instelling? Hoe geeft de presentatie-instelling vorm aan het realiseren van deze ambitie? Wat zijn de functies? Welke activiteiten worden er ondernomen? Hebben er in de afgelopen twee jaar verschuivingen in de ambitie, werkwijze of activiteiten voorgedaan? Zo ja, wat waren deze verschuivingen en waarom hebben die plaatsgevonden?
- **Artistieke/maatschappelijke waarde:** Wat voegt de presentatie-instelling maatschappelijk toe aan de samenleving? Waarin uit zich dat? Wat voegt de presentatie-instelling artistiek toe aan de samenleving? Waarin uit zich dat?
- **Omgeving:** Wat is de invloed van uw omgeving (lokaal, regionaal, nationaal, internationaal) op uw ambitie, werkwijze en/of activiteiten? In hoeverre sluit de presentatie-instelling aan op lokaal, regionaal, nationaal, internationaal niveau? Voor of met wie (publiek, keten,

Datum
30.09.14

Van
Rebel / aemuse / APE

Onderwerp
Balancing Act

Pagina
15 / 22

subsidieverstrekkers) realiseert de presentatie-instelling de meerwaarde? Hoe zou u deze meerwaarde aan uw omgeving inzichtelijk willen maken?

REBEL

aemuse



6. Bijlage 4: Verantwoording enquête

6.1 Methodiek

Onderzoeksbureau APE heeft in samenwerking met De Zaak Nu een enquête ontworpen en uitgevoerd. Ook al is de vragenlijst met zorg samengesteld en getest, het blijkt achteraf dat voor sommige instellingen een aantal vragen onduidelijk waren (bijvoorbeeld: Wat is een samenwerking? Gaat het bij bezoeken om bezoeken op de eigen locatie of ook om bezoeken die in het buitenland zijn gerealiseerd of gaat het om bezoeken op de website? Tellen bij educatieve activiteiten ook schoolklassen die op bezoek komen? etc.). Hierdoor zijn de uitkomsten tussen de respondenten en tussen de jaren soms niet vergelijkbaar. Wij hebben daarom met inachtneming van de individuele opmerkingen van de respondenten in onze analyses een aantal waarnemingen achterwege gelaten. Het is van groot belang om bij een vervolg-enquête een aantal vragen weg te laten en een aantal vragen aan te passen. Hierdoor kan tevens de respons worden verhoogd.

6.2 Uitkomsten vragenlijst

6.2.1 Algemeen (vraag 1)

Funcities/eigenschappen	N	%
Presenteren van actuele kunst	31	94
Deel uit maken van lokale culturele infrastructuur	31	94
Opdrachten verlenen aan kunstenaars	27	82
Talentontwikkeling	25	76
Internationale horizon	24	73
Internationale netwerken	24	73
Debatten organiseren	23	70
Maatschappelijke en artistieke doelen (laten) onderzoeken	20	61
Educatie aanbieden	18	55
Kunstenaars een residentie aanbieden	14	42
Kenniscentrum zijn	14	42
Digitaal platform voor kunstenaars	7	21
Tijdschriften maken	3	9
Anders, namelijk...	14	42
- beeldende kunst toegankelijk maken voor een niet professioneel publiek		
- beheren en ontwikkelen van een werelderfgoed		
- hoofdzakelijk artist-run space, laagdrempelige toegang van hedendaagse experimentele en jonge beeldende kunst voor een breed publiek		
- kunst, technologie en wetenschap verbinden		
- makers een stap verder helpen in hun beroepspraktijk		

-
- podium voor beginnende jonge kunstenaars
 - podium voor lokale kunstenaars
 - publicaties maken
 - publicaties uitgeven
 - publicaties, cultureel ambassadeur, bemiddelaar tussen expertise en breder publiek, publieke vermogen hoog houden en meer.
 - samenwerken met verschillende (vaak niet aan kunst gelieerde) groepen, gemeenschappen en mensen
 - studio ruimtes verhuren en werkomgeving faciliteren
 - uitgeven van boeken en apps
 - workshops
-

6.2.2 Presentaties en projecten (vraag 2, 3, 8)

	2012	2013
Gemiddeld aantal presentaties per instelling	18,2	16,5
Gemiddeld aantal samenwerkingsprojecten per instelling	11,7	12,4

6.2.3 Samenwerkingsprojecten (vraag 4 en 6)

Geografische spreiding samenwerkingspartners	2012 (in %)	2013 (in %)
Lokaal/regionaal	60	56
Nationaal	22	24
Buitenlands	24	26

De percentages tellen niet op tot 100 omdat er soms met partners op verschillende niveaus wordt samengewerkt.

6.2.4 Samenwerkingsprojecten (vraag 5 en 7)

Disciplines samenwerkingspartners	2012 (in %)	2013 (in %)
Podiumkunsten	33	36
Musea	48	52
Postacademische instellingen	52	45
Basis/voortgezet onderwijs	36	39
Anders (zie volgende tabel)	88	91

6.2.5 Samenwerkingsprojecten (vraag 5 en 7)

Andere disciplines 2012	Andere disciplines 2013
academisch onderwijs, media, overheden, culturele producenten, imkers, etc.	academisch onderwijs, ngo's, internationale instellingen op gebied van vrede en recht, etc.
andere beeldende kunst instellingen, woningbouwcorporaties, bedrijven en middenstand, andere gemeentelijke afdelingen	andere beeldende kunst instellingen, bedrijven, middenstand en andere afdelingen binnen de gemeente
andere presentatie-instellingen	andere presentatie-instellingen
artist-in-residence	
collega-initiatief	collega-initiatief + Rabobank
creatieve ondernemers	creatieve ondernemers
creatieve ondernemers en collega-instellingen	creatieve ondernemers en collega-instellingen
culturele organisaties	culturele organisaties
Eastpak ((commercieel bedrijf); Harlan Levey Projects (galerie) en HipHopHuis (urban)	Kunstblock (presentatie-instellingen); OONA (designcollectief) Kunsthal (presentatie-instelling); Museumnacht
filmprojecten met filmtheater	filmprojecten met filmtheater + Galerie in Japan
HBO onderwijs	HBO onderwijs
HBO/Universiteit	HBO/Universiteit
hoger onderwijs	hoger Onderwijs
kunstacademies en vele niet aan kunst gelieerde groepen zoals stichting LOS, stichting Stil, Somalische vluchtelingen	kunstacademies, en vele niet aan kunst gelieerde groepen en organisaties zoals daklozenopvang Ubuntuhuis, Lokale zeepmaker, bierbrouwers, broodkeuken, etc.
kunstenars/grafici/academici	kunstenars/grafici/academici
kunstenarsinitiatief, bedrijf	bibliotheek, ander kunstenarsinitiatief
maatschappelijk en film	maatschappelijk en filmhuis
maatschappelijke organisaties; carnavalsverenigingen en andere presentatie instellingen	presentatie,- en maatschappelijke instellingen
media labs	Filmhuis, galerie, festivals, presentatie-instellingen, commerciële bedrijven
media, architectuur & vormgeving	media, architectuur en vormgeving
popcultuur, Wetenschap, Bedrijven	popcultuur, Wetenschap, Bedrijven
presentatie instellingen	presentatie instelling en festival
presentatie instellingen	presentatie instellingen
presentatie-instelling	presentatie-instelling
presentatie-instellingen	presentatie-instellingen
presentatie-instellingen, kunstbladen, Trade School New	online radio, Trade School New York, online network m.b.t.

York, online radio, online netwerk m.b.t urban wastelands	urban wastelands
subsidiënten, fondsen, kunstacademies, Europese Unie, galeries	subsidiënten, fondsen, kunstacademies, Europese Unie, galeries
uitgevers, zusterinstellingen	uitgevers, zusterinstellingen
uitwisseling met Russische netwerken	Dutch culture en weer Russische netwerken
	Kunst en Cultuur Drenthe
	bibliotheek

6.2.6 Internationale contacten (vraag 8)

	2012	2013
Aantal instellingen met regelmatige internationale contacten	26	26
Aantal instellingen zonder regelmatige internationale contacten	7	7
Gemiddeld aantal internationale contacten per instelling	4,9	4,9

Twee instellingen blijven vanwege inconsistente antwoorden buiten beschouwing.

6.2.7 Bezoeken (vraag 9)

	N
Aantal instellingen met een stijgend aantal bezoeken (meer dan 5%)	11
Aantal instellingen met een dalend aantal bezoeken (meer dan 5%)	10
Aantal instellingen met ongeveer hetzelfde aantal bezoeken (+/- 5%)	6
Gemiddeld aantal bezoeken per instelling 2012	11.375
Gemiddeld aantal bezoeken per instelling 2013	10.218

Bij zes instellingen zijn de bezoekcijfers vanwege inconsistentie buiten beschouwing gelaten.

6.2.8 Bezoeken (vraag 10 en 12)

Leeftijdsofbouw bezoekers	2012 (in %)	2013 (in %)
Jonger dan 30 jaar	39	39
30-65 jaar	48	48
Ouder dan 65 jaar	13	13

6.2.9 Bezoeken (vraag 11 en 13)

	2012 (in %)	2013 (in %)
Gratis bezoeken	79	75

Bij zes instellingen zijn de bezoekcijfers vanwege inconsistentie buiten beschouwing gelaten.

6.2.10 Overige activiteiten (vraag 14, 17, 18, 20 t/m 23)

	2012	2013
Gemiddeld aantal opdrachten aan kunstenaars (vraag 14)	8,5	9,2
Gemiddeld aantal kunstenaars aan wie residentie is aangeboden (vraag 17)	3,2	3,5
Gemiddeld aantal publicaties per instelling (vraag 18)	3,5	2,6
Gemiddeld aantal keren opgetreden als co-producent (vraag 20)	7,4	7,5
Gemiddeld aantal aangenomen opdrachten ^a (vraag 21)	2,8	3,1
Gemiddeld aantal educatieve activiteiten ^b (vraag 22)	19,2	24,3
Gemiddeld aantal overige activiteiten (vraag 23)	18,4	19,5

^a Een instelling blijven vanwege inconsistenties buiten beschouwing.

^b Een instelling blijven vanwege inconsistenties buiten beschouwing.

6.2.11 Opdrachten (vraag 15 en 16)

	2012 (in %)	2013 (in %)
Aandeel betaalde opdrachten aan kunstenaars	88,6	86,1

6.2.12 Residentie (vraag 17)

	2012	2013
Aantal instellingen dat residentie aan kunstenaar heeft aangeboden	17	18
Aantal instellingen dat geen residentie aan kunstenaar heeft aangeboden	16	15

6.2.13 Tabel 1: Publicaties (vraag 18)

	2012	2013
Aantal instellingen dat minstens één publicatie heeft gepubliceerd	26	25
Aantal instellingen dat geen publicatie heeft gepubliceerd	7	8

6.2.14 Overige activiteiten (vraag 24 en 25)

Aantal instellingen met volgende activiteiten	2012	2013
Debatten/lezingen/andere discursieve activiteiten organiseren	27	26
Kennisverspreiding/talentontwikkeling	21	19
Performances en andere kortdurende activiteiten realiseren	20	19
Uitgeven publicaties	11	9
Professionaliseringstrajecten/training en/of advisering	11	11
Residentie-programma/internationale uitwisselingsprogramma's	10	9
Projecten in opdracht van gemeenten of andere instellingen	8	13
Onderzoek	7	8
Anders	8	8

7. Bijlage 5: Geraadpleegde literatuur en overige bronnen

- Bureau précaire, Een Zaak van verandering Strategieën voor presentatie-instellingen – een verkennend onderzoek, 2013.
- DSP Groep, Nu is het zaak, 2012.
- Common practice, Notes towards a Better Understanding of the Value, Operation and Potential of Small Visual Arts Organisations, 2011.
- J. Janssens, 'Toegevoegde waarde : kunstpraktijken & economie', Courant (2013)105 (mei-jul.3-59).
- Th. Adams, 'Kanttekeningen bij een nuttige illusie : de ongemakkelijke relatie tussen feiten en beleid', Boekman 24 (2012) 91(zomer.22-27).
- D. van Lent, 'Kunst presenteren tegen de klippen op', NRC Handelsblad donderdag 28 november 2013.
- J. van Weenen, Motieven en strategieën van presentatie-instellingen; de ontwikkeling van beleid ten tijde van bezuinigingen, masterthesis Erasmus Universiteit Rotterdam 2012.
- http://www.cultuursubsidie.nl/files/Beeldende_kunst_presentatie%20instellingen.pdf
- http://www.mondriaanfonds.nl/Aanvragen/item/Bijdrage_Meerjarenprogrammas_Presentatieinstellingen/
- <http://www.cultuursubsidie.nl/downloads%20OCW/Artikel%209j%20%20Presentatieinstelling%20Beeldende%20Kunsten.pdf>
- Q. van den Hoogen, Effectief cultuurbeleid: leren van evalueren, Amsterdam 2012.
- 'Presentatie-instellingen onder grote druk', BK-Informatie 34 (2012) 1 (27 jan.7-9).
- J. de Ranitz, brief aan minister Bussemaker, Amsterdam, 23 juni 2014.
- Alle websites van de leden van De Zaak Nu.