



STICHTING
KunstWerkt

KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Meerjarenbeleidsplan

2022 - 2025

INHOUD

1	Inleiding	3
1.1	Over Stichting KunstWerkt	3
1.2	Ontwikkelingen sinds 2017	4
1.3	Opbouw meerjarenbeleidsplan	6
2	Visie	7
2.1	Uitgangspunten	7
2.2	Samenwerkingspartners	9
2.3	Code Diversiteit & Inclusie	10
3	Doelstellingen en doelgroepen	12
3.1	10 doelen in 2022	12
3.2	Doelgroepen	13
3.3	Ontwikkeling KunstWerkt	14
3.3.1	Kwaliteit en aantrekkelijkheid	14
3.3.2	Verjonging en diversiteit	14
3.3.3	Financiën	15
4	Programmering	16
4.1	Tentoonstellingen	16
4.2	Overige activiteiten	16
4.3	Jaarprogramma 2022	17
4.4	Jaarprogramma 2023	18
5	PR en communicatie	19
5.1	Communicatiedoelen	19
5.2	Communicatiemiddelen	19
5.3	Huisstijl	21
5.3.1	Inleiding	21
5.3.2	Toekomst KunstWerkt	22
5.3.3	Profiel KunstWerkt	22
5.3.4	Identiteit KunstWerkt	22
6	Organisatie	23
6.1	Bestuur	23
6.2	Raad van Advies	23
6.3	Deelnemers	24
6.4	Vrijwilligers	24
6.5	Governance Code Cultuur	25
7	Financiën	26
7.1	Uitgangspunten voor het financieringsmodel	26
7.2	Begroting 2022-2025	27
7.3	Risicoparagraaf	28
8	Colofon	28

VOORWOORD

Op een mooie zondagmiddag in juni opende stichting KunstWerkt de nieuwe expositieruimte aan de Lange Nieuwstraat in Schiedam. Dat gebeurde met de tentoonstelling '*De Magie van Polaroid*'. Vooraf wees alles er al op dat dit onderwerp op een brede belangstelling kon rekenen. Spreekwoordelijk waren kosten nog moeite gespaard om er iets moois van te maken. Met man en macht was er gewerkt om de ruimte op tijd klaar te krijgen. Mooie hoge wanden en panelen, wit geschilderd, vormden het decor van een plek met een industriële uitstraling. Weer anderen richtten er daarna een prachtige expositie in, doorwerkend tot in de late uurtjes.

Ruim voor het tijdstip van de opening stroomde de ruimte vol met bezoekers. Tegen de tijd dat wethouder Houtkamp aan zijn openingstoespraak begon kon er niemand meer bij. Er werden die middag 200 bezoekers geteld. Een unicum voor een KunstWerkt expositie. Het was dan ook een tentoonstelling met een aansprekend onderwerp.

Polaroid staat voor een tijdperk en een tijdgeest. Met alles wat daarbij hoort. Niet alleen karakteristieke foto's, maar ook nostalgie en weemoed. Na Polaroid kwamen nieuwe technieken, er kwamen ook nieuwe foto's. Vooruitgang, de dynamiek van het leven. Belangrijk is om vooral te bewaren wat goed was. Wat voor Polaroid geldt, is ook van toepassing voor stichting KunstWerkt.

In 2021 vierde stichting KunstWerkt haar 30-jarig bestaan. Dat gebeurde uitbundig en tegelijkertijd, vanwege de coronasituatie, vaak in aangepaste vorm. De creativiteit van de deelnemende kunstenaars kwam daarbij goed van pas. In 2022 was er gelukkig weer meer mogelijk. Zodoende kon het jaar weer 'gewoon' beginnen met de '*Nieuwe Impuls*', een expositie waarin nieuwe deelnemers zich presteren. Een tentoonstelling van verrassing en nieuw elan. Daarna volgde de expositie 'Ontmoetingen', waarin kunstenaars in koppels werk lieten zien dat in interactie met elkaar tot stand was gekomen. Een mooie symboliek van waar KunstWerkt ooit voor is opgericht.

De expositie 'Sokkels' werd het sluitstuk van de Boterstraatperiode. Met meer dan twintig sokkels in de ruimte werd zichtbaar gemaakt hoe het oogt en voelt om kunstwerken te verhogen, of om ze te verlagen... Soms betrof dat beelden van menselijke voorstellingen. Want in de interactie tussen mensen werkt het niet anders. Een expositie die daarom eigenlijk ook ging over bewustwording. Hoe gaan we met onze kunst om en hoe gaan we met elkaar om. Een mooie en toepasselijke afsluiting van een tijdperk in de geschiedenis van KunstWerkt.

Gedurende haar geschiedenis veranderde KunstWerkt slechts éénmaal eerder van locatie: in 2014 verruilde het kunstenaarscollectief Pand Paulus aan de Korte Haven voor Ruimte in Beweging aan de Boterstraat. Na acht jaar is dit tijdperk nu ook ten einde en breekt een nieuwe fase aan. Voor het eerst in haar bestaansgeschiedenis heeft stichting KunstWerkt een ruimte betrokken waarvoor zij zelf een huurcontract heeft getekend, een eigen plek!

Zo'n eigen plek biedt een veelheid aan kansen en mogelijkheden, tegelijkertijd brengt het ook verantwoordelijkheden en verplichtingen met zich mee.

Vooruitgang, de dynamiek van het leven. Bewaren wat goed is geweest en van daaruit verder bouwen. Stappen naar de toekomst zetten, uitdagingen aangaan en dat vooral samendoen. En dat is nu precies de kracht van KunstWerkt.

Arjen Baas, voorzitter

Juli/ oktober 2022

1 INLEIDING

1.1 Over Stichting KunstWerkt

In samenspraak met de gemeente Schiedam heeft een aantal enthousiaste en betrokken Schiedamse kunstenaars in januari 1991 de Stichting KunstWerkt opgericht. Met als doel om kunstenaars in Schiedam te verenigen, hen een podium te bieden en inwoners van Schiedam te prikkelen om te komen kijken naar spannende exposities van kunstenaars uit hun eigen stad. Schiedam had behoefte aan een plek waar kunstenaars elkaar konden ontmoeten en inspireren. Inmiddels levert KunstWerkt ruim 31 jaar een bijdrage aan de kwaliteit van het culturele klimaat van de stad Schiedam en hebben ook kunstenaars uit o.a. Vlaardingen en Rotterdam zich aangesloten.

KunstWerkt heeft zich ontwikkeld tot een collectief van momenteel ca. 50 kunstenaars, 'deelnemers' genoemd, met een grote verscheidenheid aan uitingsvormen, stijlen en technieken. Ook de oorsprong van inspiratie en motivatie is per individuele kunstenaar verschillend. Dit leidt tot mooie kruisbestuiving, tot onderlinge inspiratie en verrijking van creativiteit en tot wederzijds kritische beschouwingen en feedback. Dit is bij uitstek de kracht en meerwaarde van een kunstenaarscollectief als KunstWerkt; de onderlinge interactie draagt bij aan de ontwikkeling van de individuele kunstenaar. Tegelijkertijd wil KunstWerkt ook maatschappelijk relevant zijn, in wat voor vorm dan ook.

Kunst moet gezien worden en kunst moet iets losmaken. Zo ontstaat contact.

Voor een aantal kunstenaars binnen KunstWerkt is de zeggingskracht, kwaliteit en schoonheid van hun werk de belangrijkste drijfveer. En de ontwikkeling daarvan. De onderlinge ontmoetingen met vakgenoten dragen daaraan bij. Daarentegen zijn er binnen de groep deelnemers van KunstWerkt ook kunstenaars die zich uitgedaagd voelen kunstvormen te ontwikkelen die erop gericht zijn specifieke doelgroepen en individuen te bereiken. Ouderen, kinderen, vluchtelingen, mensen met allochtone wortels, 'gewone' buurtbewoners, etc. Kunst wordt daarbij vooral ingezet als *middel* om onderling contact te maken en te stimuleren.

Het blijft balanceren. Kwaliteit, creativiteit, maatschappelijke relevantie, toegankelijkheid, laagdrempeligheid. Waar ligt het zwaartepunt? Dit is een voortdurend spanningsveld,



Brainstorm met deelnemers o.l.v. kunsthistorica Cilia Batenburg..



waarover de deelnemende kunstenaars met elkaar discussiëren. Daarbij wordt 'de lat hoog gelegd'. Ook de diversiteit, de tussenvormen en onderlinge interacties maken KunstWerkt tot een boeiend en relevant kunstplatform.

In hoofdstuk 2 is die balans tussen maatschappelijke relevantie en het bieden van een podium voor kwalitatief hoogwaardige kunstuitingen uitgewerkt en verwoord in een visie. Wat zijn de kansen en mogelijkheden en wat wil KunstWerkt de komende jaren bereiken? Hoe kan KunstWerkt een broedplaats voor nieuwe ideeën en nieuwe deelnemers blijven en zich tegelijkertijd laten voeden door en inspelen op uiteenlopende maatschappelijke thema's?

1.2 Ontwikkelingen sinds 2017

In de oprichtingsstatuten van Stichting KunstWerkt zijn vijf doelstellingen vastgelegd:

1. het stimuleren van het Schiedamse kunstklimaat;
2. het beheren en programmeren van een Stadsgalerie;
3. het stimuleren van het kunstbeleid in de gemeente Schiedam;
4. het beheren van een sociëteitsruimte voor onderlinge contacten tussen deelnemers;
5. het behartigen van de belangen van de deelnemende kunstenaars.

Deze doelstellingen hebben de tand des tijds doorstaan. Maar zonder direct tot formele statutenwijziging over te gaan is het van belang om die doelstellingen regelmatig tegen het licht te houden en met elkaar te bespreken welke invulling daaraan gegeven kan worden. Passend bij de huidige tijd en context, zonder dat daarbij de noodzakelijke autonomie van de individuele kunstenaar in gevaar komt. Kunstenaars moeten vrij en autonoom kunnen zijn in wat ze creëren en niet gedwongen worden in een vastliggend kader of om opgelegde thema's in hun werk te verbeelden. Kunst is immers van zichzelf al grensverleggend.

25 jaar KunstWerkt

In 2016 vierde KunstWerkt haar 25-jarig bestaan met een grote overzichtstentoonstelling in de eigen expositieruimte én in de Bibliotheek Schiedam. Ook vonden er diverse nevenactiviteiten plaats waarvoor Schiedammers

werden uitgenodigd. De stichting was net verhuisd uit 'Pand Paulus', een mooie historische locatie aan de Korte Haven, waar het sinds haar oprichting in 1991 gevestigd was. Er was nieuw onderdak gevonden bij 'Ruimte in Beweging' aan de Boterstraat, een platform en werkplaats voor podiumkunsten en beeldende kunstpresentaties, centraal gelegen in het oude centrum van Schiedam.

Projectplan 2018-2021

Na de bestuurswisseling in 2017 is het meerjarenbeleidsplan 'Een blik op de toekomst - Projectplan 2018-2021' opgesteld. Terugkijkend op de laatste jaren kan worden geconstateerd dat vrijwel alle gestelde doelen zijn gerealiseerd; niet wetende dat begin 2020 de gemeente Schiedam zou melden dat er (weer) moest worden uitgekeken naar een nieuwe locatie. De Boterstraat en omgeving wordt binnenkort herontwikkeld, waarmee Ruimte in Beweging een andere bestemming krijgt. Sindsdien werd nagedacht over het zoeken naar een nieuwe locatie. Die nieuwe locatie is uiteindelijk gevonden, daarover verderop in dit plan meer.

30 jaar KunstWerkt

Het jaar 2021 was om meerdere redenen een memorabel jaar voor KunstWerkt. Niet alleen vanwege de lockdowns en allerlei coronabeperkingen, maar vooral omdat het op 23 januari 2021 precies 30 jaar geleden was dat de oprichtingsakte werd ondertekend bij Bonga en Kloosterman Notarissen te Schiedam. Om dit heuglijke feit niet onopgemerkt voorbij te laten gaan waren in 2020 allerlei plannen bedacht om er een feestelijk jaar van te maken. De openingsceremonie stond gepland voor zaterdag 23 januari. De grote zaal in het Wennekerpand werd gereserveerd en er was een mooi programma samengesteld: met interviews, muziektoptréens, een receptie. Echter... het hele feestijn werd op het laatste moment noodgedwongen geannuleerd en tot nader orde uitgesteld.

Met de nodige creativiteit en positiviteit, improvisatie- en doorzettingsvermogen werd met vereende krachten een alternatieve invulling van het jubileumjaar bedacht. Achteraf gezien, een prestatie waar KunstWerkt trots op kan zijn! Onder meer werd besloten om concrete samenwerking te gaan zoeken met andere Schiedamse culturele instellingen. Dit heeft geresulteerd in een aantal bijzondere, gezamenlijke, tentoonstellingen, terug te vinden in het Jaarverslag 2021 en op de speciale Jubileumpagina van de website met een uitgebreid overzicht van alle evenementen, inclusief de vele interviews en filmpjes.

De verhuizing:

Van leegstandsbeheerder naar huurder

Het jaar 2021 stond, behalve in het teken van corona en het 30-jarig bestaan, ook in het teken van planontwikkeling met betrekking tot de eerdergenoemde verhuizing. Begin 2020 was contact gelegd met de projectontwikkelaar van het 'Blauwhuiskwartier'. Onderdeel van dit grote project was de renovatie van het voormalige postkantoor aan de Lange Nieuwstraat. Hiervoor bleek nog geen herbestemming te zijn, waarna in april 2020 een afspraak volgde om de mogelijkheden te verkennen. De locatie bleek uitermate geschikt als nieuw onderkomen voor KunstWerkt. Er was echter één probleem: de oppervlakte, de ruimte (550 m²) was te groot voor KunstWerkt alleen. Daarom besloot het bestuur op zoek te gaan naar culturele partners, met als doel het gezamenlijk ontwikkelen van een nieuw Schiedams 'kunstcentrum', met een regionaal bereik. Er volgden vele verkennende gesprekken met mogelijke nieuwe samenwerkingspartners. Met hen werden diverse indelings- en bouwtekeningen gemaakt.

Behalve deze verkennende gesprekken moest er natuurlijk ook een nieuw financieel beheersmodel worden ontwikkeld. Dit leidde tot diverse voorbereidende gesprekken met de gemeente Schiedam, met fondsen, en met meerdere adviseurs.

Opening

Op basis van een realistisch plan en een gedekte begroting is uiteindelijk de knoop definitief doorgesneden en werd het huurcontract getekend. In januari 2022 werd het oude postkantoor geheel gesloopt en daarna voorzien van de nodige infrastructuur. Er kwam een partnerschap tot stand met twee andere huurders: Tone & Image Gallery en Art Studio Voûte. Medio mei werd de ruimte casco opgeleverd en kon er worden begonnen met de interne verbouwing.

Eind mei was dan eindelijk de verhuizing naar deze mooie locatie aan de rand van het oude centrum van Schiedam, gelegen aan het stadspark De Plantage. Begin juni kon de allereerste tentoonstelling op de nieuwe locatie worden geopend: 'De Magie van Polaroid'. Een expositie over direktklaarfotografie in Nederland, een tentoonstelling over een tijdperk.

Dit bleek een 'schot in de roos', Polaroid bewees een uitstekende openingstentoonstelling te zijn. De expositie werd bezocht door ca. 900 bezoekers uit het gehele land en kreeg aandacht in landelijke fotografie- en kunstbladen. KunstWerkt kreeg vele enthousiaste

reacties, niet alleen over de professionaliteit van de expositie maar ook over de stijl en allure van de nieuwe locatie. Op 18 december wordt het nieuwe Schiedamse kunstcentrum: 'Art Centre Schiedam' officieel geopend.

Al met al een ingrijpende gebeurtenis in het bestaan van Stichting KunstWerkt!

Maatschappelijke ontwikkelingen

Niet alleen intern is er de afgelopen jaren veel veranderd bij KunstWerkt. Ook in de omgeving

waren er de laatste jaren diverse veranderingen. Externe ontwikkelingen op het gebied van internet, globalisering, maatschappelijke relevantie, diversiteit, netwerkverbanden hebben allemaal, direct of indirect, invloed op het functioneren van KunstWerkt. Zij hebben de activiteiten in de afgelopen jaren mede beïnvloed en bepaald en blijven ook in de toekomst een rol spelen. Denk aan: de impact van corona, de oorlog in de Oekraïne, de klimaatverandering, de politieke polarisatie en de rol van social media.

1.3 Opbouw meerjarenbeleidsplan

De opbouw en indeling van dit document is grotendeels gebaseerd op de meerjarensubsidieaanvraag die KunstWerkt eind november 2021 heeft ingediend bij de gemeente Schiedam.

Na een inleidend hoofdstuk volgt in hoofdstuk 2 een beschrijving van de uitgangspunten van de visie van KunstWerkt. Deze visie wordt mede bepaald door de mogelijkheden van de nieuwe locatie en de samenwerking met diverse (culturele) partners, zowel binnen als buiten Schiedam. Met hierbij als algemene leidraad de principes van de 'Code Diversiteit & Inclusie'.

Hoofdstuk 3 beschrijft de doelstellingen van de stichting en de doelgroepen waarop KunstWerkt zich wil richten. Aan de hand van drie aandachtsgebieden wordt geschetst hoe daar vorm en inhoud aan wordt gegeven.

In hoofdstuk 4 komt aan bod tot welke output en resultaten de inspanningen van de stichting leiden, onder meer tentoonstellingen en overige activiteiten. De jaarprogramma's 2022 en 2023 geven hiervan een beknopt overzicht.

In hoofdstuk 5 wordt beschreven welke communicatiemiddelen er worden ingezet om de doelen te bereiken en wordt ingegaan op de nieuwe huisstijl. Hoofdstuk 6 geeft weer hoe de organisatie in grote lijnen is samengesteld.

Het meerjarenbeleidsplan eindigt met de financiële onderbouwing in hoofdstuk 7: de uitgangspunten, de begroting 2022-2025 en een risicoparagraaf.

Sjef Henderickx ^{†2022} in zijn atelier tijdens 'Open Ateliers'.



2 VISIE

2.1 Uitgangspunten

KunstWerkt wil aansluiten op gemeentelijk beleid, waarbij de gemeente Schiedam zelf actief burgers betreft door regelmatig netwerk-, informatie- en discussiebijeenkomsten te organiseren. In de gemeentelijke cultuurvisie benoemt de gemeente Schiedam een vijftal pijlers: 'de Culturele schijf van vijf', bestaand uit:

1. Krachten bundelen: wat goed is versterken
2. Levendige binnenstad: historische binnenstad heeft een cultureel kloppend hart
3. Vergroten cultuurparticipatie: jong geleerd...
4. Samen leven: elkaar vinden
5. Deuren open: gastvrij Schiedam

Een open houding naar de buitenwereld is van groot belang om een bloeiende en betekenisvolle organisatie te blijven. Samenwerking met andere partijen is daarvoor essentieel. Door onderdeel te zijn van het culturele netwerk en daarin voortdurend te investeren, wordt ingespeeld op en aangehaakt bij interessante en waardevolle initiatieven in de stad. KunstWerkt wil hierin een rol van betekenis (blijven) spelen. Dit vraagt om netwerken, een alerte houding, flexibiliteit, continuïteit en inzet van de deelnemers én het bestuur. De nieuwe huisvesting biedt daartoe meer mogelijkheden dan in de oude situatie aan de Boterstraat. Niet alleen is er nu 24/7 zichtbaarheid vanaf de straat (door de glazen gevels), ook worden de mogelijkheden onderzocht tot verruiming van de openingstijden. Waardoor er extra kansen zijn om bijvoorbeeld scholieren te ontvangen en rondleidingen te verzorgen.

Ook zal de nieuwe locatie actief worden opengesteld voor partijen die in een kunstzinnige omgeving bijvoorbeeld willen vergaderen, borrelen, eten. Hierbij valt te denken aan Verenigingen van Eigenaren, ondernemersorganisaties, etc. Tevens zullen de exposities op afspraak te bezoeken zijn, buiten de reguliere openingstijden.

Het afgelopen anderhalf jaar is hard gewerkt aan het opstellen van een nieuwe toekomstvisie met als doel de stichting verder te ontwikkelen en te professionaliseren. De visie van KunstWerkt wordt hieronder langs drie invalshoeken beschreven.

Maatschappelijke creativiteit

KunstWerkt ziet voor zichzelf een belangrijke rol weggelegd om mensen met Kunst en met elkaar in contact te brengen. Hen te laten kijken, ervaren, voelen en daarover contact te hebben. Kunst is bij uitstek een middel om mensen te prikkelen en uit te dagen. Het raakt emoties; leidt tot bewondering, herkenning, verwondering, rust, of juist onrust. Kunst brengt troost, roept vragen op, irritatie soms. Kunst brengt mensen met elkaar in gesprek.

Stichting KunstWerkt wil doorontwikkelen naar een creatieve en artistieke broedplaats voor nieuwe ideeën en nieuwe vormen van ontmoeting. Daarbij is het van belang dat er een gedragen balans is tussen enerzijds artistieke kwaliteit en anderzijds de betekenis en meerwaarde voor stad, wijk en buurt. Met een stabiele financiële positie als basis.

De producten en diensten van KunstWerkt bestaan tot nu toe voornamelijk uit exposities die worden samengesteld door de deelnemers van KunstWerkt en gastkunstenaars. Artistieke en inhoudelijke kwaliteit staan hierbij altijd voorop. Hoewel er al vaak sprake is van maatschappelijke betrokkenheid en relevantie bij de gekozen thema's wil KunstWerkt daarop nog nadrukkelijker inzetten en blijven inspelen op de actualiteit. Hiermee wordt gestreefd naar verrassende jaarprogramma's die meerdere doelgroepen aanspreken. Een effectieve promotie is hierbij ook een belangrijk aandachtspunt.

¹ Zie Beleidsnota 'De Culturele schijf van vijf' – Geactualiseerde cultuurvisie Schiedam – Cultuur x Schiedam = Samenspel – najaar 2017 – website gemeente Schiedam.

Sympathiek, dichtbij en benaderbaar

KunstWerkt biedt een kunstopodium waar mensen elkaar ontmoeten. Dat zijn:

- Kunstenaars die bij KunstWerkt geprikkeld worden en inspiratie opdoen;
- Kunstminnend publiek dat bij KunstWerkt kunstwerken komt bewonderen (en aanschaffen);
- Mensen voor wie kunstuitingen minder vanzelfsprekend zijn.

Vooraf het bereiken van die laatste groep vormt een uitdaging. Dat impliceert een open houding naar de buitenwereld. Dat wil zeggen: actief de buitenwereld naar binnen halen én het organiseren van activiteiten buiten de eigen expositieruimte. Daarbij wordt ook aansluiting en samenwerking gezocht bij en met initiatieven van andere partijen in de stad (en daarbuiten). KunstWerkt zoekt partnerschap. Dat leidt tot onderlinge versterking en synergie. Daarbij wordt met name gedacht aan het (mee)organiseren van projectmatige evenementen – laagdrempelig en toegankelijk voor een breed publiek.

Het is algemeen bekend dat een goed kunstklimaat in de stad een positieve invloed heeft op de hele stad en een bijdrage levert aan de sociale cohesie. Mensen worden gestimuleerd om op een andere manier naar de wereld om ons heen te gaan kijken. Voorwaarde daarbij is uiteraard dat bewoners (en ook bezoekers) van de stad dan wel bereikt moeten worden. Ook hiervoor is een efficiënt PR- en communicatiebeleid van groot belang.

KunstWerkt vindt het belangrijk een aanbod te hebben dat aanvullend is op wat er al is in Schiedam en vooral niet 'meer van hetzelfde' te organiseren. Samenwerking, afstemming en het bundelen van krachten is hierbij een belangrijk uitgangspunt. Voor Schiedam is de meerwaarde hiervan dat het zich steeds meer kan profileren als interessante kunststad. Een stad met een aantrekkelijk vestigings- en bezoekklimaat, die bovendien unieke mogelijkheden zou moeten bieden voor kunstenaars om zich te vestigen. Dat maakt de stad niet alleen aantrekkelijk, ook onderscheidt Schiedam zich hiermee van andere steden in de regio.

Commercialiteit

De nieuwe locatie biedt niet alleen qua fysieke toegankelijkheid² meer mogelijkheden dan de huidige locatie, maar ook voor wat betreft het actief benaderen van nieuwe doelgroepen en samenwerkingspartners. Dit hangt onder meer samen met de beoogde verruiming van de openingstijden, de verbreding van het aanbod van producten en diensten en het ontwikkelen van een vrijwilligersbeleid. In combinatie met een aantrekkelijk programma worden aanzienlijk meer bezoekers verwacht. Dit voedt ook de verwachting dat de verkoop van de tentoongestelde kunstwerken zal toenemen. En dat betekent meer inkomsten voor de stichting³.

De ruimte biedt daarnaast extra mogelijkheden tot verhuur aan andere partijen en er kunnen meer workshops en lezingen⁴ worden aangeboden (tegen betaling). Bovendien is er nu meer aanleiding om een serieus sponsorbeleid te ontwikkelen. Immers, sponsors verwachten een gepaste tegenprestatie en daar komen in de toekomst meer mogelijkheden voor. Te denken valt hierbij aan exclusieve rondleidingen, personeelsuitjes, etc.

Het nieuwe financieringsmodel is gebaseerd op de principes van 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'⁵. Om meer continuïteit te kunnen waarborgen is het uiteindelijke streven om, naast de opbouw van een kleine reserve, minder afhankelijk te worden van subsidiegevers (zie hoofdstuk 7).

2 Helaas is de invalidenlift bij de nieuwe expositieruimte al jaren buiten gebruik. Deze kan niet worden gerepareerd en zal moeten worden vervangen. De (financiële) mogelijkheden worden momenteel onderzocht in samenspraak met de beheerder van het pand.

3 De stichting rekent een provisie van 25%.

4 Op 7 juli vond de eerste lezing in de nieuwe tentoonstellingsruimte plaats: 'Avondje Polaroid'. Deze werd bijgewoond door ca. 30 enthousiaste bezoekers.

5 Een onderneming onderneemt maatschappelijk verantwoord indien zij haar activiteiten bewust richt op het toevoegen van waarde aan zowel people, planet als profit, daarin steeds opnieuw een zorgvuldige balans zoekt, daarover op een actieve en transparante manier verantwoording aflegt en daarover met haar stakeholders een open dialoog voert.

2.2 Samenwerkingspartners

Een van de ambities van de stichting is om van betekenis te zijn voor de kunst in de regio. Dit vergt een 'Waterwegbrede' oriëntatie: van Hoek

van Holland tot en met Schiedam/Rotterdam. Dat kan alleen als KunstWerkt zich positioneert in het hart van het kunstklimaat van de regio.

Inhoudelijk zijn er drie sporen waarop de samenwerking verder versterkt en uitgebreid wordt:

1. Kunst en cultuur (o.a. gemeente Schiedam, Schiedam Partners, Stedelijk Museum Schiedam, Tone & Image Gallery, Art Studio Voûte, Magnezy Dance Productions, Wenneker Cinema, Bibliotheek Schiedam, Stichting De Schiedamse Molens, OpenArtExchange, Cultureel Forum Schiedam, Stichting Maassluise Kunstenaars, Stichting Flagen (Vlaardingen), Fotomuseum Rotterdam, AVL Mundo (Rotterdam), De Glasfabriek, Galerie 158, Het Gezelschap Rotterdam, Stichting De Winkelmeiden, KADE40 (Vlaardingen), Jenevermuseum, Willem de Kooning Academie (Rotterdam), Stichting Kunstaccommodatie Rotterdam (SKAR), ARD /AtelierRuimDenkers, de Havenkerk);
2. Zorg en welzijn (o.a. DOCK, Stroomopwaarts, Stichting Meredia, Frankelandgroep, Werkgroep Vredesweek Schiedam, Vluchtelingenwerk, Inclusia, Wijk Ondersteuning Teams, scholen);
3. Evenementen (o.a. Nationale Molendag, Fotofestival Schiedam, Suikerzoet Filmfestival, Proef! De Plantage, Zie de Schie, Winterlicht, Art Schiedam).

Met meerdere van deze evenementen is al een natuurlijke samenwerking ontstaan door vertegenwoordiging van individuele deelnemers. KunstWerkt zoekt actief naar meer en andere manieren om een toegevoegde waarde te hebben, zowel binnen als buiten Schiedam. Daarbij wordt bijgedragen aan het in cultureel opzicht nog beter op de kaart zetten van Schiedam én KunstWerkt; een impuls voor het Schiedamse toerisme!

Ook zal er een inventarisatie van regionale, vergelijkbare kunstinstellingen worden gedaan. Niet alleen om samenwerkingsmogelijkheden te onderzoeken maar ook om te bezien in hoeverre er van elkaar geleerd kan worden. Zowel in inhoudelijk als organisatorisch als financieel opzicht.

Opening van 'De Magie van Polaroid', tevens opening van de nieuwe expositieruimte.



2.3 Code Diversiteit & Inclusie

De Code Diversiteit & Inclusie is een gedragscode van, voor en door de Nederlandse culturele en creatieve sector; het is een instrument van zelfregulering. Met als doel de brede diversiteit van de Nederlandse samenleving te representeren. De code is gebaseerd op vier P's: *programma, publiek, personeel* en *partners* en bestaat uit vijf principes⁶.

Wat is diversiteit?

Deze term geeft aan dat mensen op een reeks van zichtbare en onzichtbare kenmerken van elkaar verschillen en met elkaar overeenkomen. Diversiteit is een gegeven. De code was van origine gericht op culturele diversiteit maar geeft tegenwoordig ruimte aan meer vormen van verschil, zoals gender, beperking, seksuele oriëntatie, religie, sociaaleconomische status, opleidingsniveau en leeftijd.

Wat is inclusie?

Dit is de mate waarin makers, producenten, werkenden en publiek van alle identiteiten – zichtbaar of niet – zichzelf kunnen zijn en zich veilig en gerespecteerd voelen.

Toegankelijkheid

Waar de code spreekt van toegankelijkheid wordt de brede definitie ervan bedoeld, bestaande uit:

- fysieke toegankelijkheid
- bereikbaarheid van voorzieningen
- informatieve toegankelijkheid
- digitale toegankelijkheid
- sociale toegankelijkheid
- financiële toegankelijkheid

⁶ Deze principes luiden:

1. Je weet waar je staat ten aanzien van diversiteit en inclusie.
2. Je integreert diversiteit en inclusie in je visie.
3. Je creëert draagvlak binnen je organisatie voor het naleven van de code.
4. Je stelt een plan van aanpak op, gericht op continue verbetering.
5. Je monitort en evalueert naleving van de code en je legt er verantwoording over af.



Opening 'In Kleur Gevangen'.

De thema's 'diversiteit' en 'inclusie' speelden tot nu toe niet binnen Stichting KunstWerkt; hooguit is er de constatering van toenemende vergrijzing van zowel deelnemers als bezoekers. Verjonging van beide groepen wordt reeds lang gezien als een grote uitdaging. Hoe kunnen we jongere kunstenaars én een jonger publiek binnenkrijgen? Ook de eenzijdige samenstelling qua culturele en etnische achtergrond is opvallend en daar zou de stichting graag verandering in zien. Hiertoe is contact gezocht met [stichting DOCK Schiedam](#), een organisatie op het gebied van maatschappelijke participatie. Zij gaan KunstWerkt helpen om een gemêleerder publiek te bereiken.

Programma

De producten en diensten van KunstWerkt bestaan voornamelijk uit tentoonstellingen die worden samengesteld door de deelnemers van KunstWerkt en gastkunstenaars. Artistieke en inhoudelijke kwaliteit staan hierbij altijd voorop. Dit mag echter niet leiden tot een tunnelvisie. Hoewel er al vaak sprake is van maatschappelijke betrokkenheid van de gekozen thema's wil KunstWerkt hier nog meer op gaan inzetten en blijven inspelen op de actualiteit. Deelnemers worden daarom door de tentoonstellingscommissie gestimuleerd om met een open vizier voorstellen te ontwikkelen die niet begrensd worden door zaken als gender, beperking, seksuele oriëntatie, religie, sociaaleconomische status, opleidingsniveau en/of leeftijd. Hierbij valt te denken aan bijvoorbeeld het actief benaderen van *outsider art* kunstenaars of kunstenaars die gevlucht zijn uit onveilige gebieden.

KunstWerkt gaat het programma, de educatieve activiteiten, de marketing en communicatie aanpassen om een divers publiek te bereiken. Qua educatieve activiteiten kan worden gedacht aan rondleidingen en workshops voor scholieren en studenten. Hiervoor zal een speciaal aanbod worden gecreëerd dat wordt voorgelegd aan docenten van het basis- en voortgezet onderwijs. Een eerste concrete stap in deze richting was de tentoonstelling '[Het Experiment](#)', samengesteld in samenwerking met studenten van de Willem de Kooning Academie⁷.

Voor marketing en communicatie wordt meer gebruik gemaakt van specifieke kanalen en relevante media van potentiële doelgroepen. Denk daarbij aan de diverse social media uitingen. Zie hoofdstuk 5.2.

Met deze integrale aanpak wordt gestreefd naar verrassende jaarprogramma's die meerdere doelgroepen aanspreken.

Publiek

KunstWerkt wil graag meer inzicht krijgen in de samenstelling van de huidige doelgroepen. Daarvoor worden de mogelijkheden onderzocht hoe potentiële doelgroepen in kaart gebracht kunnen worden en hoe deze te bereiken zijn. Daartoe wordt in het najaar 2022 contact opgenomen met Mosaic Analyse voor een onderzoek naar publiekstevredenheid en een analyse van de bezoekerscijfers en -samenstelling. Hiertoe worden turflijsten van de bezoekers bijgehouden en wordt hen gevraagd naar hun postcode.

Daarnaast is het streven om voortaan weer jaarlijks een Open Atelierweekend te organiseren (afhankelijk van de beschikbare financiële middelen). Deze open en toegankelijke activiteit trekt vele bezoekers voor wie kunst niet altijd vanzelfsprekend is letterlijk over de drempel⁸.

Personeel

KunstWerkt heeft geen personeel in dienst maar werkt volledig met vrijwilligers: zowel de deelnemers als bestuursleden zijn onbezoldigd (zie ook hoofdstuk 6: Organisatie).

Partners

Een open en respectvolle houding naar de buitenwereld is van groot belang om een bloeiende en betekenisvolle organisatie te blijven. Daarom heeft KunstWerkt samenwerking altijd al hoog in het vaandel gehad. Voor de komende periode zal de focus specifieker worden gericht op nieuwe samenwerkingspartners. Met name partners die niet alleen ons eigen artistieke en inhoudelijke perspectief kunnen verbreden maar ook kunnen meehelpen met het realiseren van onze diversiteits- en inclusiedoelen. Zie hoofdstuk 2.2 voor een overzicht.

⁷ 'Het Experiment. Jonge academie-verlaters tonen werk gemaakt in atelier De Kabouter', 4-25 september.

⁸ De editie van 2022 vond plaats op 25-26 juni met ca. 30 deelnemende locaties. Het weekend trok wederom honderden bezoekers van binnen en buiten Schiedam.

3 DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN

Zoals in het voorgaande hoofdstuk is beschreven, wil KunstWerkt een open en gemakkelijk toegankelijke organisatie zijn. Een plek waar iedereen welkom is en waar tentoonstellingen en activiteiten worden georganiseerd die mensen nieuwsgierig maken. Waar enthousiasme wordt overgebracht aan bezoekers en waar nieuwe contacten en nieuwe netwerken ontstaan.

Een belangrijke doelstelling voor de toekomst is het 'aanboren' van nieuwe doelgroepen. In het bijzonder jonge kunstenaars. De nieuwe huis-

vestingslocatie is daar bij uitstek geschikt voor. Daarnaast zijn er andere facetten waarop wordt ingezet; deze worden hieronder kort beschreven.

3.1 10 doelen in 2022

Vooralsnog heeft Stichting KunstWerkt zich de volgende doelen gesteld voor 2022:

1. Organiseren van minimaal tien hoogwaardige exposities met een aansprekende opening in de eigen expositieruimte, waaronder een spraakmakende openingstentoonstelling;
2. Ontvangen van minimaal 2.500 bezoekers in de eigen expositieruimte;
3. Meer diversiteit brengen in de programmering, gericht op nieuwe bezoekers, een bredere doelgroep en nieuwe contacten;
4. Organiseren van activiteiten in samenwerking met lokale partners binnen het Schiedamse culturele netwerk. Voorbeelden zijn het Open Atelierweekend (25-26 juni) en aanhaken bij het Suikerzoet Filmfestival (november).
5. Deelnemen aan ten minste drie kunstactiviteiten/exposities in omliggende plaatsen (zoals Vlaardingen, Maassluis, Rotterdam);
6. Uitbreiden van het aantal deelnemers van 52 naar 60;
7. Doorontwikkelen van het netwerk 'Vrienden van KunstWerkt' van 60 naar ten minste 70;
8. Ontwikkelen van een vrijwilligersbeleid;
9. Investeren in een nieuwe social media strategie en een nieuwe huisstijl ontwikkelen;
10. Ruimte bieden aan experiment voor jonge kunstenaars.

Behalve bovengenoemde doelen gaat de stichting extra inzetten op drie belangrijke pijlers:

1. Het verstevigen van de financiële basis, door spreiding van de inkomsten. Meer inkomsten uit verkoop van kunstwerken, hogere bedrijfsopbrengsten en giften van Vrienden en donateurs zorgen voor meer stabiliteit. Hiertoe wordt de fondsenwerving geprofessionaliseerd, inclusief het ontwikkelen van een sponsorbeleid waarmee (Schiedamse) bedrijven kunnen worden benaderd. Daartoe is in 2022 een LinkedIn bedrijfspagina ontwikkeld, met inmiddels ca. 100 'volgers'.
2. De stichting wil blijven investeren in PR en communicatie en onderschrijft het belang van zichtbaarheid voor en communicatie met de buitenwereld. Hiertoe wordt stevig ingezet op het ontwikkelen en uitvoeren van een social media strategie, wordt de website intensiever ingezet als communicatie-instrument en wordt meer samenwerking gezocht met strategische partners als de gemeente Schiedam en Schiedam Partners.

3. Het bestuur rekent het tot haar taak om de stichting te faciliteren en initiatieven te nemen die bijdragen aan de continuïteit en de verdere ontwikkeling. En ook aan de context waarin dat gebeurt: het kunstklimaat in Schiedam. Een voorbeeld is het stimuleren van een actief atelier- en broedplaatsenbeleid van de gemeente Schiedam. Samen met enkele deelnemers (stedenbouwkundige, architect, etc.) heeft KunstWerkt in 2020-2021 al contact gelegd met de Stichting Kunstaccommodatie Rotterdam (SKAR) om te inventariseren welke behoeften er zijn in Schiedam op het gebied van atelierruimtes, werkplaatsen en ontmoetingsplekken. De komende jaren krijgen deze gesprekken een vervolg door, behalve met de gemeente Schiedam, ook met andere partijen contact te leggen op het gebied van huisvesting en projectontwikkeling.

3.2 Doelgroepen

In de praktijk trekt KunstWerkt tot nu toe vooral kunstminnaars aan, met name uit de regio Schiedam en omstreken. KunstWerkt ziet het als een uitdaging om ook mensen te bereiken die (nu nog) minder affiniteit hebben met kunst. Afhankelijk van de individuele oriëntatie en achtergrond van de kunstenaar zoekt hij of zij actief contact met andere doelgroepen: wijkbewoners, jongeren, senioren, ondernemers, scholen, vluchtelingen(werk), mensen met een beperking.

Binnen KunstWerkt zijn er reeds verschillende deelnemers die workshops verzorgen op scholen, verzorgingshuizen en in wijkcentra. Andere deelnemers zoeken juist samenwerking met jonge kunstenaars.

Ook biedt KunstWerkt op verschillende manieren een podium aan kunstenaars uit binnen- en buitenland. De tentoonstellingen staan daarom ook open voor gastkunstenaars. Daarnaast wil KunstWerkt toonaangevende gastcuratoren gaan uitnodigen om exposities samen te stellen. Dat is een nieuw initiatief; KunstWerkt verwacht hiermee ook een ander publiek te bereiken.

Zoals eerder beschreven biedt de nieuwe huisvestingssituatie hiertoe meer mogelijkheden. Zowel vanwege de samenwerking met de eerdergenoemde partners in het Art Centre Schiedam: Tone & Image Gallery en Art Studio Voûte, alsook door de extra mogelijkheden van de ruimte zelf (uitstraling, imago, openingstijden, indeling, aantal vierkante meters, etc.). KunstWerkt wil nadrukkelijk gaan experimenteren met jonge kunstenaars en met kunstenaars die geworteld zijn in andere culturen. Deze twee doelgroepen hangen vaak nauw met elkaar samen. Dit moet niet alleen leiden tot meer diversiteit, maar ook tot verjonging van zowel deelnemers alsook publiek. Onder meer de 'Code Diversiteit & Inclusie' wordt hierbij als leidraad gehanteerd (zie hoofdstuk 2.3).

Bij de samenstelling van het jaarprogramma vervult de tentoonstellingscommissie een

belangrijke rol. De leden van deze commissie bewaken een evenwichtige samenstelling van het totale aanbod, gebaseerd op de visie van de stichting en zij zien toe op een balans qua niveau en diversiteit. De ballotagecommissie van KunstWerkt staat garant voor de werving en toelating van kwalitatief goede kunstenaars.

In de afgelopen jaren heeft stichting KunstWerkt verhoudingsgewijs veel oudere kunstliefhebbers getrokken. Hetgeen overigens ook sterk samenhangt met het thema van de exposities, welke kunstenaars daaraan deelnemen en met welke partij(en) er wordt samengewerkt.

Om als broedplaats voor nieuwe ideeën te blijven fungeren is het echter noodzakelijk dat de stichting groeit en dat er nieuwe, actieve deelnemers bij komen. Daarbij wordt in het



Kunsthistorica Cilla Batenburg na afloop van het kunstenaarsgesprek van 'Thuis'.

bijzonder gedacht aan jonge kunstenaars. Door middel van eigen netwerken en contacten met kunstopleidingen worden jonge, talentvolle kunstenaars benaderd en uitgenodigd. De hoop en verwachting is dat hiermee ook een jonger publiek (uit de netwerken van deze kunstenaars) de weg gaat vinden naar KunstWerkt.

Ontwikkeling KunstWerkt

In augustus 2022 vond een speciale deelnemersbijeenkomst plaats, waarin de deelnemende kunstenaars van stichting KunstWerkt met elkaar discussieerden over de toekomst

van KunstWerkt. Kunsthistorica Cilia Batenburg, in Schiedam geen onbekende in de wereld van de kunst en cultuur, begeleidde dit proces.

De discussie spitste zich toe op een drietal aandachtsgebieden: kwaliteit en aantrekkelijkheid, verjonging en diversiteit, financiën (over het vergroten van de eigen inkomsten).

Dit gesprek leidde tot een veelheid aan ideeën en voorstellen. De belangrijkste daarvan zijn hieronder weergegeven. Deze onderwerpen worden in de komende tijd nader uitgewerkt, om er daarna verder gestalte aan te geven.

3.2.1 Kwaliteit en aantrekkelijkheid

Uitgangspunt hierbij is de vraag voor welke uitdaging KunstWerkt staat om voor een breed publiek maatschappelijk relevant te zijn. Daarbij zijn de onderstaande doelstellingen benoemd om mee aan de slag te gaan:

- Ruimte bieden aan andere kunstvormen, experimenten (inclusief de kans op falen), thema's die verband hebben met de actualiteit, ontmoetingen en uitwisseling (publiek, kunstenaars). Daarbij worden actief en gericht mensen uit specifieke doelgroepen uitgenodigd.
- Samenwerken met andere instellingen, samen organiseren van

thematische workshops, educatieve programmaonderdelen organiseren, projecten met en voor de buurt en voor de 'gewone' Schiedammer, scholen aanspreken en gericht uitnodigen.

- Verjongen door groepsbezoeken, onderwijs, studenten en andere groepen jongeren.
- Bijzondere tentoonstellingen maken waarmee landelijke aandacht getrokken wordt.
- Locatieprojecten en -activiteiten organiseren buiten de eigen muren, al dan niet in relatie met activiteiten in de eigen ruimte.

3.2.2 Verjonging en diversiteit

Bij dit thema werd gesproken over de vraag wat KunstWerkt kan doen om ook aantrekkelijk te zijn voor jonge kunstenaars die goed en interessant werk maken. Ook hiervoor zijn een aantal doelstellingen geformuleerd om verder uit te werken:

- KunstWerkt gaat gericht op zoek naar jonge kunstenaars, onder andere door afstudeertentoonstellingen te bezoeken. Bij het scouten van jonge kunstenaars wordt ook het aandachtgebied vergroot. Dat wil zeggen dat er niet alleen naar de Willem de Kooning Academie wordt gekeken, maar ook naar het grafisch lyceum en mbo's, vluchtelingen, etc. (zonder daarbij het kwaliteitsniveau uit het oog te verliezen).
- Benaderen van nog niet zo lang

afgestudeerde kunstenaars (< 5 jaar) om hen een expositie van bijvoorbeeld twee weken aan te bieden en daarbij een budget creëren voor betaalde projecten (*Artist in Residence*). Daarmee kunnen zij zich enerzijds aan het publiek presenteren en anderzijds een cv opbouwen⁹. Extra aantrekkelijk is dat zij hun eigen netwerken hebben. Zo kan er een win-win situatie worden gecreëerd.

- Ruimte geven aan andere vormen van kunst, met name kunstvormen die jonge kunstenaars aanspreken (hiphop, graffiti, spoken word).
- 'Proefdeelnemers' laten begeleiden door vaste deelnemers (coaching, buddy, maatje, gastheer, gastvrouw) en dit inzetten als een *unique selling point*.

⁹ Recent heeft KunstWerkt hier een eerste ervaring mee opgedaan, in de vorm van de tentoonstelling 'Het Experiment'. Hiervoor werd een jonge kunstenaar gescout, die zelf twee maatjes had uitgenodigd. Zij communiceerden vooral via Instagram. Gedurende drie weken werd op een andere locatie kunst gemaakt, dat de laatste dagen van hun expositie-/werkperiode te zien was in de ruimte van KunstWerkt. Dat heeft een aantal interessante leer- en aandachtspunten opgeleverd.



Het 'bouwteam' tijdens opening van 'De Magie van Polaroid', tevens opening van de nieuwe expositieruimte.

- Inzetten op het thema 'diversiteit' met dezelfde actiepunten als hiervoor genoemd. Dat wil zeggen: actief

op zoek gaan naar en verdiepen in andere (culturele) denk- en werkwijzen, netwerken, etc.

3.2.3 Financiën

Hierbij ging het vooral om de vraag op welke wijze de eigen inkomsten vergroot zouden kunnen worden. Met andere woorden, wat kan KunstWerkt doen om haar financiële basis te versterken?

- Gebruik maken van de Cultuurkaart CKV en een programma daarvoor uitwerken, het organiseren van programma's die aansluiting vinden bij grotere en bij voor KunstWerkt nieuwe fondsen¹⁰.
- Werken aan een meer naar buiten gerichte opstelling, marktgericht zijn. Voorbeelden om dat vorm te geven zijn: online verkoop en reproducties, opzetten van een database en Kunstuitleen, Pakje Kunst verbreden, verkoophevenementen organiseren, zoals diners met kunstveiling, serviceclubs, kerstverkoop, etc.
- Bedrijfsleven op ludieke manieren benaderen en enthousiasmeren, bijvoorbeeld in de vorm van een product of dienst (lezing), verbreden van activiteiten die gericht zijn op fondsen

en sponsors, crowdfunding. Dit is bovendien niet alleen het vergroten van inkomsten, maar ook van bekendheid. Betaalde fondsenwerver inhuren.

- Eén keer per jaar een kunstenaar van naam laten exposeren, waarmee meer verkopen worden gerealiseerd.
- Verhuur van de ruimte aan anderen, verhogen van de commissie en Vriendenbijdragen, etc. (binnen bestaande situatie kijken waar rendementsverbetering te realiseren is).

In de komende tijd worden er extra werkgroepen en commissies gevormd om de hiervoor geformuleerde doelen verder vorm en inhoud te geven. Het bestuur voert regie over dit proces, waarvoor terugkoppelings- en ijkmomenten zullen worden vastgesteld. De voortgang hiervan krijgt ook een plaats in de evaluatiemomenten die met de betrokken fondsen zijn afgesproken.

¹⁰ Zo zijn voor de expositie 'De Magie van Polaroid' drie nieuwe fondsen bereid gevonden een bijdrage te verlenen.

4 PROGRAMMERING

In 2021 bestond stichting KunstWerkt 30 jaar. Na vele jaren Pand Paulus te hebben gehad als vaste plek, kreeg KunstWerkt begin 2016 een nieuwe thuisbasis bij Ruimte in Beweging aan de Boterstraat. Er zijn op die locaties vele exposities en activiteiten georganiseerd. In het archief van de website (www.stichtingkunstwerkt.nl) is dat allemaal terug te vinden. De exposities trekken publiek uit de gehele regio Schiedam en worden gewaardeerd vanwege kwaliteit en diversiteit.

Behalve het creëren, tonen en ontwikkelen van schoonheid wil KunstWerkt met tentoonstellingen en overige activiteiten ook inspelen op ontwikkelingen, trends, actuele thema's en maatschappelijke vraagstukken. Deze zijn op verschillende creatieve manieren voor het voetlicht te brengen. Kunst biedt daarvoor bij uitstek een scala aan mogelijkheden.

Tegelijkertijd moet dit niet een doel op zich worden: kunstenaars moeten autonoom kunnen blijven werken en de ruimte krijgen om relevante thema's op een eigen manier vorm te geven. Autonomie is de kracht van kunst en een voorwaarde voor kwaliteit. Extra activiteiten komen daaruit voort en zijn een aanvulling op de autonome tentoonstellingen.

4.1 Tentoonstellingen

De exposities zijn te bezoeken op vrijdag, zaterdag en zondag van 13.00 tot 17.00 uur¹¹. Eén of meerdere deelnemers en/of vrijwilligers zijn aanwezig om bezoekers te ontvangen en toelichting te geven bij de getoonde werken. Deze persoonlijke benadering wordt gewaardeerd; de bezoekersaantallen per expositie zijn de afgelopen jaren omhooggegaan. De inzet van KunstWerkt is om die bezoekersaantallen en de diversiteit ervan verder te laten stijgen. Dat gebeurt door een gevarieerde programmering, door het aangaan en intensiveren van samenwerkingsverbanden en door verbetering van de publiciteit.

Het hoge niveau van de exposities wordt vastgehouden. Zoals eerder gemeld, is de

ambitie om dit aanbod in de toekomst aan meer verschillende bevolkingsgroepen aan te bieden. Daarmee draagt KunstWerkt ook in de toekomst actief bij aan een bloeiend kunst- en cultuurklimaat in Schiedam. Dit gebeurt met een programma van gratis toegankelijke exposities, persoonlijke rondleidingen, aantrekkelijke openingen, lezingen, workshops, cultuurmiddagen en specifieke projecten.

Hiervoor wordt net als in voorgaande jaren ieder jaar een Jaarprogramma opgesteld dat bestaat uit een expositie- en activiteitenplan. De tentoonstellingen voor 2022 en 2023 worden hieronder weergegeven en staan vermeld op de website.

4.2 Overige activiteiten

Er wordt tevens gezocht naar meer samenwerking met andere kunstdisciplines zoals dans, muziek en performances. Hiermee wordt het aanbod spannender, interactiever en meer gevarieerd. De ambitie is om vanuit deze kracht, met een breed aanbod, ook andere doelgroepen te bereiken.

Verschillende doelgroepen vragen een diversiteit van activiteiten, afgestemd op de beleavingswereld van een verscheidenheid aan mensen. Dat gaat over andere vormen van interactie en andere manieren en middelen van communi-

catie. Logischerwijs stelt dit hoge eisen aan de creativiteit en flexibiliteit van KunstWerkt.

Een goed voorbeeld is het Open Atelierweekend. In het verleden heeft KunstWerkt meerdere malen de 'Open Atelierroutes' georganiseerd. Dit evenement heeft jaarlijks vele bezoekers uit Schiedam én omstreken door het centrum en de omliggende wijken van Schiedam geleid.

¹¹ Bij wijze van experiment zijn in 2022 de tentoonstellingen op de nieuwe locatie ook op donderdagmiddag te bezoeken. Als dit bevalt worden de openingstijden permanent verruimd.

4.3 Jaarprogramma 2022

 STICHTING KunstWerkt 2022 PROGRAMMA	
16 januari t/m 6 februari 2022	NIEUWE IMPULS 2022 Start van het nieuwe expositiejaar met werk van nieuwe deelnemers.
11 februari t/m 6 maart 2022	ONTMOETINGEN Een uitwisseling tussen twee kunstenaarsgroepen.
11 maart t/m 10 april 2022	SOKKELS Tweëntwintig kunstenaars verheffen hun werk.
VERHUIZING	
10 juni t/m 10 juli 2022	DE MAGIE VAN POLAROID Een expositie over direktklaarfotografie in Nederland.
17 juli t/m 7 augustus 2022	IN KLEUR GEVANGEN Interactieve zomersalon waar kleur de hoofdrol heeft.
14 t/m 28 augustus 2022	THUIS Een grote groep deelnemers van St. KunstWerkt maken samen kennis met hun nieuwe THUIS aan 'De Plantage'.
4 t/m 25 september 2022	HET EXPERIMENT Jonge academie-verlaters tonen werk gemaakt in atelier De Kabouter.
2 t/m 16 oktober 2022	FIBER ART Fiber art en textielkunst: meer dan breien en borduren.
23 oktober t/m 6 november 2022	TUSSEN DROOM EN WERKELIJKHEID Vervreemding verbeeld.
13 november t/m 18 december 2022	GEUZENMAAND Rondreizende tentoonstelling 'Onafhankelijk' n.a.v. de Geuzenmaand 2022 met het thema 'recht doen'.
St. KunstWerkt wordt ondersteund door:      	

4.4 Jaarprogramma 2023

 STICHTING KunstWerkt 2023 PROGRAMMA	
8 januari t/m 5 februari 2023	NIEUWE IMPULS 2023 Start van het nieuwe expositiejaar met werk van nieuwe deelnemers.
12 februari t/m 5 maart 2023	ABSTRACT? Zes kunstenaars verantwoorden hun keuze voor lyrisch-abstrakte kunst.
12 maart t/m 2 april 2023	WERELDBOOM Expositie n.a.v. het 10 jarig bestaan van de 'Plantageplataan'.
9 t/m 30 april 2023	DE GRAFIEKWERKPLAATS Onze expositieruimte wordt omgetoverd tot een grafiekwerkplaats.
7 mei t/m 4 juni 2023	ODE AAN HET ATELIER VAN SJEF HENDERICKX Een tentoonstelling van Arne Hendriks met het werk van Sjef Henderickx.
11 juni t/m 9 juli 2023	DOOR LICHT GERAAKT Het potentieel van multi-dimensionaal licht verbeeld in diverse disciplines.
16 juli t/m 13 augustus 2023	VERRASSINGSEXPOSITIE
20 augustus t/m 10 september 2023	BEEST Een samenwerking die het Beest in de breedste vorm visualiseert.
17 september t/m 15 oktober 2023	AUTOBIOGRAFIE Persoonlijke herinneringen: feiten en fabels?
22 oktober t/m 12 november 2023	HET EXPERIMENT II Een jonge academie-verlater maakt een tentoonstelling met jaargenoten.
19 november t/m 10 december 2023	ELEMENTEN De oerbeginselen van ons bestaan als bouwstenen voor deze expositie.
17 december t/m 24 december 2023	KUNSTKERST Kunst voor onder de Kerstboom.
St. KunstWerkt wordt ondersteund door:  stichting gemeenschapsfonds  schiedam VRIENDEN van St. KunstWerkt   	

5 PR EN COMMUNICATIE

Om de in hoofdstuk 3 beschreven doelen te bereiken en de uiteenlopende activiteiten van KunstWerkt onder de aandacht te brengen van een breed publiek, worden diverse media ingezet. Een aantal deelnemers heeft zich hiertoe verenigd in de PR- en communicatiecommissie. Deze commissie zoekt, in nauwe samenwerking met de tentoonstellingscommissie, naar effectieve manieren waarop naar het publiek gecommuniceerd wordt. Eind 2022, wanneer de stichting voldoende is gesetteld in de nieuwe locatie en er een nieuwe huisstijl ontwikkeld wordt, maken zij een alomvattend communicatieplan met onder meer een communicatiematrix.

5.1 Communicatiedoelen

Vooralsnog worden als de belangrijkste communicatiedoelen omschreven:

1. Het informeren van verschillende individuen, doelgroepen en netwerken over geplande activiteiten en hen op de hoogte houden van voortgang en resultaten van projecten;
2. Het aanzetten tot actie, met maatwerk als belangrijk aspect. Dat wil zeggen het gericht uitnodigen van doelgroepen en het promoten van activiteiten waarmee een divers publiek wordt aangetrokken;
3. Het onderdeel zijn van het publieke debat als culturele instelling. Dit draagt bij aan de rol van KunstWerkt om haar kennis en ervaringen met anderen te delen en tevens te fungeren als een broedplaats voor nieuwe ideeën.

5.2 Communicatiemiddelen

Om voldoende publiciteit te genereren en bezoekers te trekken worden uiteenlopende communicatiemiddelen ingezet. Hierbij wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van *free publicity* gericht op lokale, regionale en landelijke media en van (gratis) vermelding op culturele en recreatieve pagina's. Uiteraard worden hierbij ook de netwerken van de samenwerkingspartners (zie hoofdstuk 2.2) ingeschakeld. Anno 2022 maakt KunstWerkt gebruik van de onderstaande mogelijkheden:

- **Flyers en posters:** Tessa Schlechtriem staat met haar bedrijf [Skizzie](#) garant voor het professionele ontwerp hiervan. De A5 flyers en A3 posters worden verspreid op strategische plekken in Schiedam, Rotterdam en Vlaardingen. Deelnemende kunstenaars delen ze uit binnen hun eigen netwerk en bezoekers van de tentoonstellingen kunnen een gratis poster meenemen.
- **Digitale uitnodigingen:** Ruim 1.000 abonnees krijgen voor elke tentoonstelling een uitnodiging toegestuurd via Mailchimp. De uitnodiging is gebaseerd op het ontwerp van de flyer.
- **Teasers:** Deze filmpjes van 30 seconden (die in de voorprogramma's van de films bij Wenneker Cinema worden getoond), helpen bij de promotie van de exposities. Ze zijn ook via social media te bekijken en te zien bij het I-Punt (het toeristeninformatiecentrum van Schiedam).
- **Persberichten:** KunstWerkt beschikt over een groeiend persbestand (lokaal, regionaal, landelijk). Via Mailchimp krijgen zij de uitnodigingen voor exposities en, indien relevant, gerichte persberichten waarbij journalisten persoonlijk worden aangeschreven.
- **Jaarverslag:** Ieder voorjaar wordt er een overzicht van alle activiteiten in het afgelopen jaar geproduceerd (inclusief de jaarrekening). Dit verslag wordt verspreid onder de deelnemers, Vrienden, bestuur, Raad van Advies, relaties, subsidiegevers (oplage: 150 ex.). De PDF-versies zijn ook te downloaden van de website (vanaf 2017).
- **Website** (www.stichtingkunstwerkt.nl): Deze is gebouwd door en wordt onderhouden door webmaster [Aldo Hoebe](#) (deelnemer



van KunstWerkt) en biedt, behalve actuele informatie, ook een rijkgevuuld archief met alle voorgaande exposities. Tevens onderhoudt Aldo de website Expogemist.nl waarmee alle getoonde kunstwerken na afloop van de betreffende tentoonstelling alsnog te bekijken zijn.

- **Facebook:** De groeiende [Facebookpagina](#) heeft inmiddels ca. 2.500 'vrienden'. [SAGE](#) (eveneens deelnemer van KunstWerkt) zorgt voor een optimaal gebruik van dit communicatiemiddel door regelmatig actuele informatie te posten.
- **Instagram:** Deelnemer [Wybe Hietbrink](#) heeft in het voorjaar van 2022 de [Instagrampagina](#) nieuw leven ingeblazen. Deze wordt inmiddels druk bezocht: er zijn al bijna 600 'volgers'.
- **Online tentoonstellingsagenda's:** Zodra de nieuwe flyer gereed is wordt de informatie over de tentoonstelling aangeleverd bij uiteenlopende instanties.
- **Nieuwe Stadsblad:** Maandelijks schrijft journalist Kor Kegel uitgebreide achtergrondartikelen over de nieuwe tentoonstelling. Deze artikelen zijn ook [digitaal te lezen](#).
- **Schiedammer Online:** Jan Schrijver en Louise Melchers besteden zeer frequent aandacht aan de exposities en delen hun informatieve artikelen via social media.
- **Raamgalerij:** Van deze etalage in het Monopole gebouw aan de Hoogstraat (pal tegenover het Stedelijk Museum Schiedam), wordt dankbaar gebruik gemaakt. De 'raamgalerij' wordt elke maand zorgvuldig ingericht en fungeert als een mooie appetizer voor de dan lopende tentoonstelling bij Art Centre Schiedam.
- **Schiedam Partners:** Na een zeer geslaagde samenwerking i.h.k.v. de openingstentoonstelling van KunstWerkt: [De Magie van Polaroid](#), is wederzijds de intentie uitgesproken tot een vervolg. In het najaar 2022 worden hierover meer concrete afspraken gemaakt.
- **Centrummanagement Schiedam:** Om een extra impuls aan de naamsbekendheid van KunstWerkt te geven heeft de stichting zich medio 2021 aangemeld als '[Vriend](#)'. Deze stichting werkt nauw samen met citymarketingorganisatie Schiedam

- Partners en koppelt ondernemers en culturele instellingen aan elkaar.
- **Kunstenaarsgesprekken:** Tijdens finissages (de afsluiting van een tentoonstelling) gaat kunsthistorica Cilia Batenburg in gesprek met de exposanten en het publiek. Hiermee krijgen de aanwezigen een andere kijk op de getoonde werken en ontstaat er, op spontane en informele wijze, contact met de kunstenaars.
- **Vrienden van KunstWerkt:** Momenteel zijn er ca. 60 Vrienden verbonden aan de stichting. Zij krijgen 3x per jaar via Mailchimp een Vrienden-Nieuwsbrief toegestuurd om hen te informeren én te binden. Door deze groeiende achterban zien de deelnemers zich gesteund om mooie tentoonstellingen te blijven maken.
- **Ambassadeurs:** Deelnemers, bestuursleden, vrijwilligers, leden Raad van Advies, de Vrienden, de bezoekers: zij allen zijn belangrijk voor de eerder genoemde *free publicity*. Ieder van hen heeft een eigen netwerk en door deze te enthousiasmeren helpen zij met het vergroten van de naamsbekendheid van KunstWerkt, en dus met het laten groeien van de bezoekersaantallen.
- **Ontvangst van bezoekers:** Hier is een belangrijke rol weggelegd voor de dienstdoende suppoosten (deelnemers en/of vrijwilligers). Een welkome ontvangst, een duidelijke uitleg over wat er te zien is en oprechte interesse in de bezoekers kunnen bepalend zijn of zij al dan niet terugkomen én hoe zij binnen hun eigen netwerk hun bezoek aan KunstWerkt omschrijven – in positieve of negatieve zin.

Tot slot: het realiseren van alle bovengenoemde punten is afhankelijk van de naamsbekendheid en herkenbaarheid van KunstWerkt. Weten bezoekers de weg te vinden naar de mooie locatie aan De Plantage en weten zij waar KunstWerkt voor staat? Daarom wordt binnenkort extra aandacht besteed aan:

- **Zichtbaarheid en vindbaarheid:** Wanneer de tentoonstelling is geopend staat er een stoepbord buiten (met een A1 poster van de lopende tentoonstelling). De zichtbaarheid van het pand wordt in het najaar 2022 verbeterd. Er komt gevelbelettering op het pand en de grote ramen worden geduid met plakletters, inclusief openingstijden. Er komt avondverlichting waardoor er ook 's avonds naar binnen kan worden gekeken.
- **Herkenbaarheid en huisstijl:** De huisstijl is aan vernieuwing toe. In het voorjaar 2023 zal deze worden vervangen door een modernere versie met een meer eigentijdse uitstraling. De nieuwe huisstijl wordt geacht een afspiegeling te zijn van de in hoofdstuk 2 beschreven visie van KunstWerkt en wordt hieronder nader toegelicht.

Uiteraard blijft de stichting continu openstaan voor nieuwe mogelijkheden die zich aandienen op het gebied van PR en communicatie - dit alles echter wel binnen de budgettaire begrenzingsen.

5.3 Huisstijl

5.3.1 Inleiding

Stichting KunstWerkt bestaat ruim 30 jaar. Bij de oprichting zijn de doelstellingen vastgelegd in de statuten die destijds zijn opgesteld. Waarschijnlijk dateert de huidige huisstijl ook van rond die tijd. Terugkijkend over de afgelopen jaren, is het organiseren van kunstexposities de belangrijkste en meest zichtbare activiteit van de stichting.

Daarnaast probeert KunstWerkt zoveel mogelijk naar buiten te treden, al dan niet in samenwerkingsverbanden, om zichzelf te profileren en van betekenis te zijn in en voor de stad. Verder is KunstWerkt ook een netwerk waarin

professionele kunstenaars elkaar weten te vinden. Voor consultering en advies, voor samenwerking en soms ook gewoon voor de onderlinge support en gezelligheid.

Met het betrekken van de nieuwe ruimte aan de Lange Nieuwstraat staat stichting KunstWerkt op een kruispunt. In de nieuwe ruimte willen bestuur en deelnemers met elkaar vorm en inhoud geven aan een nieuwe toekomst. Zowel uit noodzaak, omdat de omgeving daarom vraagt, alsook als een lonkend perspectief, omdat kunst zich wil blijven vernieuwen.

De uitdagingen waar KunstWerkt voor staat gaan vooral over vernieuwen, verjongen en meer divers worden. Dat laatste geldt zowel voor de verschillende kunstuitingen, alsook voor de deelnemers.

5.3.2 Toekomst KunstWerkt

KunstWerkt is een plek die ruimte biedt aan een diversiteit van kunst én aan spannende experimenten. Die verscheidenheid aan kunstvormen is zowel 'traditioneel', alsook vernieuwend.

Schilderkunst, grafisch werk, fotografie, beelden en objecten, textiel en papier, installaties, etc., uitgevoerd door een diversiteit aan kunst-

5.3.3 Profiel KunstWerkt

Met de huidige samenstelling van deelnemers en de cultuur die door de jaren heen is ontstaan, wordt het een proces dat tijd vraagt om deze ontwikkeling door te maken. Daar is visie voor nodig en ook regie en overtuigingskracht.

Er is echter nog een dilemma. In de hierboven geschetste thema's schuilt tegelijkertijd het gevaar van een onduidelijk profiel: wat is KunstWerkt eigenlijk?

Een onduidelijk profiel heeft nadelen voor performance, bekendheid en de aansprekendheid (onduidelijke club, geen vlees en geen vis, etc.), zowel voor het publiek alsook voor kunstenaars en (potentiële) deelnemers. Bijkomend probleem is dat de fysieke mogelijkheden aan de Lange

5.3.4 Identiteit KunstWerkt

De huisstijl is een weerspiegeling van identiteit en wezen van de stichting. Dat impliceert dat het helpt om een helder beeld te hebben van bovenstaande aspecten. Tegelijkertijd kan ook de huisstijl juist deze dynamiek weergeven. Anders gezegd zou de huisstijl een afspiegeling moeten zijn van een actieve groep professionele kunstenaars die zichzelf steeds wil vernieuwen. In interactie met de omgeving en in relatie met de actuele maatschappelijke werkelijkheid.

Het bestuur heeft een aantal kernwoorden benoemd die kenmerkend zijn voor de identiteit van KunstWerkt. Kernwoorden waarmee, vooruitlopend op de verdere concretisering van het nieuwe KunstWerkt, al wel een huisstijl gemaakt kan gaan worden. Daarbij gaat het vooralsnog om het logo en de vormgeving. Met daarbij opgemerkt dat het logo ook uit uitsluitend letters kan bestaan.

Er is een breed gedragen opvatting dat bij een nieuwe toekomst ook een nieuwe huisstijl hoort, waarin de identiteit van de stichting duidelijk tot uitdrukking komt. Tegen deze achtergrond dient zich de vraag aan hoe het toekomstige KunstWerkt er precies uitziet?

naars. Daarbij worden ook uitingen vanuit andere culturen aangehaakt. Spannende experimenten worden vooral uitgevoerd door jonge kunstenaars, al dan niet afgestudeerd en altijd gepassioneerd. Een dergelijke formule kent veel verrassende vormen en uitingen, aansprekend voor een breed publiek, voor elk wat wils.

Nieuwstraat nog steeds beperkt zijn. Dit alles is een risico en vraagt om het maken van keuzes.

Dat wil niet op voorhand zeggen dat er niet een vorm te vinden is waarin dit allemaal wel past. Het Stedelijk Museum Schiedam doet ook dergelijke experimenten, waarvan de meeste als (zeer) geslaagd beoordeeld worden. Dat maakt dit museum ook uniek in zijn soort.

KunstWerkt is echter geen museum en wil zich hier ook niet mee vergelijken. Wel kan het een inspirerend voorbeeld zijn. Wellicht moet het vooral gezocht worden in evenementen en experimenten buiten de eigen muren, al dan niet in samenwerking met andere partijen, bijvoorbeeld met OpenArtExchange.

Genoemde kernwoorden zijn: beweging, actief, jeugdig, kleurrijk, interactief, samenwerkend, scheppend, vrij, zichtbaar, uitdagend, gewaagd, schurend.

De nieuwe huisstijl wordt toegepast op briefpapier, website, flyers, posters, publicaties en andere publieke uitingen.

6 ORGANISATIE

KunstWerkt is voor 100% een vrijwilligersorganisatie. Dat stelt hoge eisen aan de inzet van de deelnemers en bestuursleden. Voor de uitvoering van het jaarprogramma is hun motivatie, enthousiasme en gedrevenheid van doorslaggevend belang. Ook zijn zij belangrijke ‘ambassadeurs’ van KunstWerkt en dragen zij bij aan het vergroten van de naamsbekendheid van de stichting.

Er bestaat een ‘Huishoudelijk Reglement’, in grote lijnen gebaseerd op de statuten. Hierin staan uiteenlopende procedures en werkwijzen beschreven, variërend van bestuur en commissies, tot de ballotageprocedure en

tot het expositiedraaiboek. Het fungeert als een *manual* waarin zo transparant mogelijk allerlei zaken beschreven staan waarmee elke deelnemer wel een keer te maken krijgt.

6.1 Bestuur

Het bestuur is verantwoordelijk voor zowel de voorbereiding, vaststelling als de uitvoering van het beleid. Er is geen apart toezichthoudend orgaan zoals een Raad van Toezicht. Wel laat het bestuur zich sinds eind 2017 bijstaan door een Raad van Advies.

Zoals vastgelegd in de statuten worden de bestuurders benoemd voor een periode van drie jaar. Zij kunnen tweemaal worden herbenoemd telkens voor een periode van twee jaar. Ook alle bestuursleden zijn onbezoldigde vrijwilligers. Medio 2022 bestaat het bestuur uit de volgende leden:

- Arjen Baas, voorzitter (*sinds 19 juni 2017, herbenoemd tot 19 juni 2024*). Tot september 2020 als wijkmanager werkzaam bij de gemeente Rotterdam; tevens voorzitter Kunstroute Kralingen-Crooswijk.
- Petra van der Ham, secretaris (*sinds 1 juni 2017, herbenoemd tot 1 juni 2024*). Tot maart 2022 werkzaam als officemanager bij De Ketelfactory, Schiedam; tevens secretaris van de stichting Cultureel Forum Schiedam en bestuurslid van de stichting Ritsema van Eck Fonds.
- Guus Horn, penningmeester (*sinds 1 september 2021*). Voorheen huisarts te Rotterdam, tevens bestuurslid van een sportvereniging en een liefdadigheidsorganisatie.
- Mirjam Boomert, bestuurslid en vertegenwoordiger namens de deelnemers (*sinds 1 maart 2018, herbenoemd tot 1 maart 2023*). Zelfstandig beeldend kunstenaar, Vlaardingen.
- Wim van Es, bestuurslid (*sinds 12 juli 2021*). Tot april 2022 werkzaam als Conservator Belasting & Douane Museum, Rotterdam.
- Frans Huisman, bestuurslid en vertegenwoordiger namens de deelnemers (*sinds 1 juli 2018, herbenoemd tot 1 juli 2023*). Zelfstandig beeldend kunstenaar, Schiedam/Bonn.
- Het bestuur wil voornamelijk een faciliterende rol spelen, waarbij de ‘Governance Code Cultuur - over goed bestuur en toezicht in de cultuursector’ wordt gevolgd (zie hoofdstuk 6.5). Het bestuur zorgt onder meer voor een solide financiële basis en ziet erop toe dat de stichting aan haar verplichtingen naar de buitenwereld voldoet.

6.2 Raad van Advies

Leden zijn Hugo Bongers, Han Goan Lim, Julia Snickers en Frank Tomeï. Zij zijn benaderd op basis van:

- hun kennis en netwerken van de ontwikkelingen en trends in de wereld van kunst en cultuur;
- hun kennis en netwerken in de wereld van politiek, instellingen, bedrijven en fondsen;
- hun (kunstgerelateerde) kennis en netwerken op het gebied van marketing en communicatie.

Zij voorzien de stichting van nuttige adviezen op (kunst)inhoudelijk gebied, samenwerkingspartners, netwerkcontacten, fondsen, etc. De Raad van Advies schuift 2 à 3 keer per jaar aan bij de reguliere bestuursvergaderingen en/of deelnemersbijeenkomsten, waarbij zij gevraagd en ongevraagd advies leveren.



6.3 Deelnemers

In de praktijk functioneert KunstWerkt min of meer als een zelfsturende organisatie onder verantwoordelijkheid van het bestuur. Meerdere deelnemers hebben zich georganiseerd in een viertal commissies, te weten:

- ballotagecommissie
- tentoonstellingscommissie
- PR-commissie
- barcommissie

Het bestuur benoemt voor twee jaar de leden van de commissies. Zij kunnen tweemaal worden herbenoemd telkens voor een periode van twee jaar. Dit systeem bevordert doorstroming, interactie en vernieuwing, een frisse kijk waarmee regelmatig een extra impuls aan het gewenste kwaliteitsniveau wordt gegeven. Uiteindelijk zijn het immers de deelnemers die *performance* en *output* van de stichting bepalen. Dit gaat over wat voor tentoonstellingen en activiteiten er plaatsvinden, welke communicatie eromheen gegenereerd wordt, welke kunstenaars worden toegelaten, etc.

6.4 Vrijwilligers

In de loop van 2022 is een eerste start gemaakt met het betrekken van vrijwilligers. Bij de openingstentoonstelling zijn reeds zes mensen komen 'proefdraaien' en dat is wederzijds goed bevallen. Hoe vaak zij zullen meedraaien en in welke hoedanigheid zal per tentoonstelling verschillen. Bij grotere groepstentoonstellingen waaraan veel deelnemers meedoen ligt het voor de hand dat zijzelf in eerste instantie voor de bemensing zorgen. Onderzocht wordt of vrijwilligers ook nog aan andere zaken een bijdrage kunnen leveren dan alleen het suppoosten tijdens tentoonstellingen. Dat zal zich de komende maanden verder uitkristalliseren.

Vooruitlopend op deze situatie is reeds een eerste aanzet gemaakt voor het ontwikkelen van een vrijwilligersbeleid. In dit document komen onder meer de volgende onderwerpen aan bod: visie op vrijwilligers; randvoorwaarden vrijwilligerswerk; positie, taken en waardering vrijwilligers; werving van vrijwilligers; begeleiding van vrijwilligers; informatie en communicatie; rol van de vrijwilligerscoördinator.

6.5 Governance Code Cultuur

Het bestuur opereert volgens de 'Governance Code Cultuur - over goed bestuur en toezicht in de cultuursector', aan de hand van de volgende principes: *(principes 4 t/m 7 zijn niet van toepassing omdat de stichting geen Raad van Toezicht heeft)*:

- Principe 1: Het bestuur is verantwoordelijk voor het in acht nemen van de Governance Code Cultuur.
- Principe 2: Het bestuur kiest het besturingsmodel van de organisatie bewust.
- Principe 3: Het bestuur is verantwoordelijk voor de organisatie. Het bestuur is in- en extern duidelijk over de taken, bevoegdheden en werkwijze.
- Principe 8: Bestuurders vermijden elke vorm van belangenverstrengeling.
- Principe 9: Het bestuur is verantwoordelijk voor financieel beleid en risicobeheer door sluitende interne procedures en externe controle.

Workshop in Artist in Residence ruimte 'De Kabouter' tijdens 'Het Experiment'.



7 FINANCIËN

7.1 Uitgangspunten voor het financieringsmodel

Voor een stabiele financiële positie van Stichting KunstWerkt wordt gestreefd naar het genereren van een mix van inkomstenbronnen. Hierdoor is er minder afhankelijkheid van één of enkele instanties. Daarvoor worden, naast het genereren van eigen inkomsten, verschillende fondsen en subsidieverstrekkingen benaderd. Er wordt in de toekomst ook ingezet op het verkrijgen van sponsoring vanuit het bedrijfsleven (zie hoofdstuk 2.1 en 3.1). Daarnaast wil de stichting graag een kleine reserve opbouwen, waarmee niet alleen tegenvallende inkomsten kunnen worden opgevangen maar ook om minder afhankelijk te worden van het ‘subsidie-infuus’¹².

In het kader van verdergaande professionalisering en transparantie is sinds eind 2020 de financiële administratie (inclusief het opstellen van de jaarrekening) uitbesteed aan Yap Administratie te Papendrecht.

Financieringsmogelijkheden

Stichting KunstWerkt beschikt niet over een eigen vermogen. De inkomsten bestaan tot nu toe uit deelnemersbijdragen, donaties van Vrienden, provisie op verkopen en barexploitatie. Hiermee worden de reguliere vaste kosten grotendeels gedekt.

Het tentoonstellingsprogramma wordt gefinancierd vanuit subsidies (gemeente Schiedam en fondsen). De organisatie draait volledig op vrijwilligers. Meerdere KunstWerkt deelnemers en bestuursleden dragen ‘in natura’

bij door kosteloos mee te helpen met inrichting, schilder- en timmerwerk, etc.

De gemeente Schiedam heeft (voor het eerst) een meerjarensubsidie toegezegd: voor de periode 2022-2025. Ook twee regionale fondsen willen de komende vijf jaar ondersteunen met een bijdrage in de huurkosten (deze kosten zijn gestegen in vergelijking met de (leegstandsbeheer) situatie aan de Boterstraat in verband met een hogere m2-prijs, een groter aantal m2 en overige huisvestingslasten, zoals energie en gemeentelijke heffingen). Voor zelfstandige, eenmalige projecten wordt aparte projectfinanciering gezocht.

De komende jaren wordt ingezet op de ontwikkeling van een financieringsmodel waarmee het bovenstaande kan worden gerealiseerd. In concreto houdt dat in:

1. Meer en diverser publiek bereiken door versterking van promotie en marketing;
2. Invulling geven aan een win-win samenwerking met Tone & Image Gallery en Art Studio Voûte;
3. Andere (nationale) fondsen aanboren, sponsoring door bedrijven, groei aantal Vrienden en Donateurs, groei aantal deelnemers en meer diversiteit;
4. Initiëren van projecten (met een eigen projectfinanciering);
5. Vergroten van de verkoop (meer omzet);
6. Verhuren van de ruimte;
7. Vergroten van de baromzet.

¹² Sietske Knüppe en Lambert de Pater, ‘Gun cultuursector eigen spaarpot, om zelfstandiger en weerbaarder te worden. En minder afhankelijk van het subsidie-infuus’. De Volkskrant, 6 april 2022.

7.2 Begroting 2022-2025

De meerjarenbegroting is gebaseerd op een gestage groei, zowel qua baten als qua lasten. Bij de subsidies zijn vanaf 2023 een mindering ingebouwd, aangezien sommige toezeggingen een garantiesubsidie zijn. Deze mindering wordt gecompenseerd door toenemende opbrengsten uit bedrijfsopbrengsten en sponsoring.

	2022* in €	2023 in €	2024 in €	2025 in €
BATEN				
A. Inkomsten				
Deelnemersbijdragen	6.000	6.500	7.000	7.500
Vriendenbijdragen	2.000	2.500	3.000	3.500
Provisie verkopen	1.500	2.000	2.500	3.000
Baromzet	500	500	500	500
Overige bedrijfsopbrengsten	P.M.	1.000	1.500	2.000
Sponsoring bedrijfsleven	P.M.	1.000	1.500	2.000
B. Publieke subsidies				
Subsidie gemeente Schiedam	7.500	7.500	7.500	7.500
Overige subsidies	20.500	18.500	17.500	16.500
Totaal baten (A+B)	38.000	39.500	41.000	42.500
	2022 in €	2023 in €	2024 in €	2025 in €
LASTEN				
Personeel vast	P.M.	P.M.	P.M.	P.M.
Personeel inhuur	P.M.	P.M.	P.M.	P.M.
Projectkosten (tentoonstellingen en overige activiteiten)	20.600	20.600	20.600	20.600
Huisvestingskosten	12.900	12.900	12.900	12.900
Algemene kosten	2.000	3.000	4.000	5.000
Kantoorkosten	1.200	1.300	1.400	1.500
Organisatiekosten	600	750	900	1.000
Kosten van grond- en hulpstoffen	500	650	800	1.000
Verkoopkosten	200	300	400	500
Totaal lasten	38.000	39.500	41.000	42.500

* De cijfers van 2022 zijn exclusief de incidentele, additionele subsidies voor de openings-tentoonstelling (ad € 20.280,-) en de verbouwing (ad € 10.000,-).

Opening 'Fiber Art'.



7.3 Risicoparagraaf

De reguliere vaste lasten worden grotendeels gedekt vanuit de eigen inkomsten, met name de deelnemersbijdragen. Het is van belang deze bron van inkomsten zo constant mogelijk te houden en te streven naar een gestage groei van het aantal deelnemers. Er is echter altijd een risico dat deelnemers, om wat voor reden dan ook, zich terugtrekken. Vergrijzing kan bijvoorbeeld een oorzaak zijn, maar ook verslechterde financiële privéomstandigheden van de individuele kunstenaar.

Een ander risico bestaat eruit dat fondsen niet langer bereid zijn om te subsidiëren waardoor de programmering en de continuïteit van de stichting in gevaar komt. Om deze risico's te beperken treft het bestuur de volgende maatregelen:

- Het bestuur opereert volgens de 'Governance Code Cultuur' waardoor transparantie zoveel mogelijk gewaarborgd is;
- Het bestuur streeft naar een stabiele organisatie met tevreden deelnemers en publiek en investeert intensief in de onderlinge relaties;
- In het Meerjarenbeleidsplan wordt speciaal ingezet op het binnenhalen van jongere kunstenaars door de programmering hier specifiek op af te stemmen;
- De kwaliteit van de tentoonstellingen en overige activiteiten wordt zoveel mogelijk constant hoog gehouden;
- Verbreding van doelgroepen (zie hoofdstuk 2.3 over diversiteit en inclusie);
- De ontwikkeling van een levensvatbaar financieringsmodel, in samenspraak met de betrokken subsidiegevers;
- Het ontwikkelen van een actief sponsorbeleid;
- Geen verplichtingen aangaan met onnodige financiële risico's;
- Het permanent openstaan voor nieuwe samenwerkingspartners. Dit vraagt om netwerken, een alerte houding, flexibiliteit, continuïteit en inzet van zowel bestuur als deelnemers;
- De stichting is verzekerd voor bestuurs- en bedrijfsaansprakelijkheid en er is een kunstvoorwerpenverzekering afgesloten voor de exposities.

8 COLOFON

Dit Meerjarenbeleidsplan is samengesteld onder verantwoordelijkheid van het bestuur en is tot stand gekomen na intensief overleg met vertegenwoordigers van de gemeente Schiedam en van het De Groot Fonds en het Fonds Schiedam-Vlaardingen, met leden van de tentoonstellings- en ballotagecommissies en met vele overige deelnemers.

Het bestuur wil alle betrokkenen danken voor hun input en met name de leden van de Raad van Advies voor hun commentaar en nuttige adviezen.



Sinds de jaren negentig verenigt Stichting KunstWerkt een grote groep kunstenaars uit Schiedam en omgeving. Bij Art Centre Schiedam organiseert de stichting per jaar een tiental tentoonstellingen en daaraan gerelateerde activiteiten.

De exposities in onze expositieruimte zijn een ontmoetingsplaats om ideeën en inspiratie te delen, maar ook een brug van kunstenaar naar publiek.

Stichting KunstWerkt

Art Centre Schiedam
Lange Nieuwstraat 191
3111 AJ Schiedam

KvK 41132164
BTW NLo09455346B01
Bank NL88 ABNA 0977 0224 55

info@stichtingkunstwerkt.nl
www.stichtingkunstwerkt.nl
facebook.com/stichtingkunstwerkt
instagram.com/stkunstwerkt
linkedin.com/company/stichtingkunstwerkt

Onze expositieruimte is tijdens tentoonstellingen geopend van donderdag t/m zondag van 13.00 tot 17.00 uur.

St. KunstWerkt wordt ondersteund door:



**VRIENDEN van
St. KunstWerkt**

Elise Mathilde



Beeld: Aldo Hoebe, 'point cloud Art Centre Schiedam'