

Kunstverein

Inleiding

Kunstverein is in september 2009 opgericht door Maxine Kopsa en Krist Gruijthuisen als een curatorial office voor experiment en debat. Kunstverein toont werken, praktijken en pogingen van en door avant-garde kunstenaars die over het hoofd worden gezien in de hedendaagse kunstcontext, zowel nationaal als internationaal, in heden en verleden. Het discreet tonen en gelijktijdig vullen van gaten in de kunstgeschiedenis. Met haar programma levert Kunstverein commentaar op en draagt bij aan een dialoog over hetgeen dat al aangeboden en getoond wordt in de kunstwereld, zonder in herhaling te vallen van reeds bestaande institutionele profielen en programma's. Het is altijd van cruciaal belang geweest om een platform te ontwikkelen dat de reeds bestaande culturele scene aanvult, het duidelijk afbakenen van Kunstverein van andere instellingen, maar open voor dialoog.

Kunstverein begon ooit op de derde verdieping in een monumentaal appartement gevestigd in het huiselijke Oost Amsterdam, later verhuisde het naar een klein winkelpand in de Pijp. Hier is een onorthodoxe, intieme ruimte gecreëerd waar bezoekers kunnen langskomen en een bijzondere (soms ongewone) culturele ontmoeting kunnen delen.

De omvang van het team – Kunstverein wordt vandaag de dag gerund door een team van 3 tot 4 personen – en de locatie – altijd bevoorrechtend een nauwe en persoonlijke ontmoeting – zijn ook cruciale elementen in het profiel van Kunstverein, welke duidelijk anders is dan andere modellen. Het kleinschalige maar zeer betrokken en ambitieuze platform neemt noties van creatieve ambitie en autonomie die worden weerspiegeld in de vorm van de instelling en in de inhoud van het programma zelf .

Door het aanbieden van een een-op-een-kijkervaring (elke bezoeker wordt individueel verwelkomd en rondgeleid door de presentaties), wordt het bezoeken van Kunstverein bijna als het gaan naar een event. Hierdoor zijn wij in staat om serieuze, museum-niveau praktijken op een performatieve manier te vertalen naar een breder publiek.

Onze huidige tijd vraagt om een structuur van zelforganisatie als tegenhanger van de programma's voor een massapubliek; deze tijd vraagt om urgente, geconcentreerde presentaties die een lokaal, nationaal en internationaal publiek voeden. Gedreven door de

nieuwsgierigheid naar wat een ‘ideaal’ publiek betekent, richt Kunstverein zich niet op de *kwantiteit*, maar volledig op de *kwaliteit* van de bezoeker en draagt zo bij aan het debat rondom het concept van ‘het publiek’ en ‘publiek-zijn’.

Het idee van een ‘Kunstverein’ als een gemeenschap biedt mogelijkheden voor stellingname en samenwerking, voor het zichtbaar maken van verschillende agenda’s – met name esthetisch, historisch en politiek – die een divers publiek trekken. Kunstverein vervult als informatieve plek de rol van een ‘functionele locatie’; een tijdelijk agentschap, een beweging, met het vermogen een veelvoud van speerpunten te omvatten waarbij de productie en presentatie van ‘taal’ als kern fungeert.

Missie

Het is onze missie van een krachtige werkplek een *Room of One’s Own To Share* te maken. We nemen de gelegenheid te baat om kleinschalige publieke activiteiten en tentoonstellingen te organiseren, doch met een grote ambitie, waarbij we zowel uit onze eigen middelen putten als ons netwerk uitbreiden teneinde een breed publiek van belangstellenden te ontvangen evenals collega’s, curatoren en kunstenaars, afkomstig uit binnen- en buitenland. Dit betekent dat het voor ons zowel prioriteit heeft het publiek met reguliere middelen uit te nodigen als ons op een specifiek publiek te richten. Deze ‘gast/gastheer’-benadering is vóór alles een manier om door middel van speciale evenementen en presentaties stimulerende en creatieve output toe te voegen aan een andere publieke arena op een inspirerende en onorthodoxe locatie en via een non-conformistische structuur. Uiteindelijk wil Kunstverein vooral een vernieuwende bijdrage leveren aan de culturele scene in Amsterdam, Nederland en daarbuiten.

Vorm

Kunstverein, opgericht in 2009, is een non-profit *curatorial office*, een franchise en een stichting die presentaties, lezingen en screenings verzorgt en beschikt over een onafhankelijke uitgeverij. Door een kritische pool te creëren en publiek-private relaties te verkennen, reflecteert Kunstverein op de wijze waarop culturele praktijken van oudsher worden gepresenteerd. Zijn onconventionele opzet baant de weg voor alternatieve methoden van presentatie, gastheerschap en ontwerp voor tentoonstellingen.

Elke activiteit (presentatie, gastlezing, screening, tentoonstelling, boeklancering) belicht kunstenaars en denkers die in Nederland anders niet snel te zien zijn. Met deze activiteiten is ook een constante stroom van projecten, opdrachten en ideeën verbonden, waardoor ze aansluiten op een breder netwerk van internationale instellingen en op lokale en internationale kunstenaars. Het programma is niet discursief in de zin van een sterke nadruk

op symposia en lezingen, maar fungeert op een meer artistiek niveau waarbij elke activiteit hetzij resulteert uit een specifieke opdracht of opnieuw wordt gedefinieerd ten opzichte van de opzet en architectuur van Kunstverein.

Kunstverein wil actief bijdragen aan de productie van alle evenementen, projecten of tentoonstellingen. Wij geloven dat elke vorm van arbeid naar behoren moet worden beloond. Een van onze uitgangspunten is daarom dat de uitgenodigde kunstenaar/ denker/ theoreticus een behoorlijke vergoeding ontvangt. Verder delen we in de productiekosten van nieuwe opdrachten en/of de herziening van bestaand werk.

Kunstverein kent een soortgelijke structuur als die van een Duitse 'Kunstverein', al is de naam enigszins ironisch gezien het te kleine, te huiselijke en te specifieke karakter ervan. Kunstverein is een creatieve vorm van kaping van een bestaand concept dat draait om de inzet en betrokkenheid van zijn leden. Mensen (sympathisanten) die besluiten lid te worden, ondersteunen Kunstverein zowel letterlijk (financieel) als conceptueel (als publiek met een actieve feedback).

Kunstverein voorziet onverminderd in de behoefte om werk te tonen van kunstenaars van wie de positie, attitude en het oeuvre volgens ons van urgent belang zijn voor de culturele productie van vandaag, maar die nog ondervertegenwoordigd zijn. Omdat zo veel galeries en instellingen in Nederland weinig steken laten vallen als het gaat om het zoeken naar jong talent, voelde Kunstverein de behoefte historische omissies ongedaan te maken met werk dat avant-gardistisch is en/of was, maar dat inspirerend is of blijft voor het actuele artistieke discours. Veel van de kunstenaars met wie we de afgelopen jaren hebben gewerkt, hadden bij Kunstverein hun eerste 'retrospectief' in druk of in de vorm van een tentoonstelling, zoals onder andere Ben Kinmont, Richard Kostelanetz, Robert Wilhite, Dennis Cooper en Mierle Laderman Ukeles.

Kunstverein heeft binnen de lokale en internationale gemeenschap een vaste plek veroverd als een nog relatief jong kritisch geluid. Sinds de opening in 2009 heeft Kunstverein een gestage ontwikkeling doorgemaakt als een alternatieve (maar niet *underground*) locatie, die uniek is in:

- zijn museale programma in een gemoedelijke setting;
- zijn op leden gebaseerde structuur;
- de uitbreiding van zijn franchisemodel naar andere steden, en
- het permanent testen van zijn tentoonstellingsmodel.

Terwijl 2010 het jaar was waarin de validiteit van het format van Kunstverein werd getest, zijn de jaren 2011, 2012 en 2013 een periode waarin Kunstverein sterker in de publieke arena wordt geplaatst en een meer solide aanwezigheid krijgt. Kunstverein is een unieke ruimte, die onderdeel uitmaakt van een professionele dialoog maar tegelijkertijd wordt gekenmerkt door een toegankelijke en informele sfeer. Dit zijn kenmerken van onze instelling die we willen handhaven en in 2014-2016 verder willen ontwikkelen.

Publiek

Via het concept van een 'Kunstverein' en de daaraan inherente ledenstructuur spelen we doelbewust met de begrippen inclusief/exclusief. Daarmee bedoelen we dat we een bestaande structuur opnieuw introduceren om te onderzoeken wat een 'ideaal' publiek betekent, zodat we ons kunnen concentreren op de *kwaliteit* in plaats van de *kwantiteit* van de bezoekers.

Leden krijgen prioriteit als het gaat om het beperkte aantal zitplaatsen bij activiteiten, exclusieve extra aandacht en andere culturele voordelen. Men wordt lid voor een bedrag van slechts 50 euro per jaar. Ook is een *Goldmembership* mogelijk. De leden vormen de kern van de sponsors en ontvangen aanbiedingen voor exclusief georganiseerde evenementen en alle publicaties, evenals gratis toegang tot evenementen. Een *Goldmembership* start bij 500 euro per jaar.

Kunstverein richt zich, naast de gangbare pr kanalen, doelbewust op een mond-tot-mond-vorm van 'reclame' (pr) omdat die een specifiek publiek trekt, een publiek dat zich nauwer betrokken voelt bij een dergelijk presentatiemodel. Onze ervaring leert ons dat ongeveer de helft van de bezoekers en leden van ons programma hebben gehoord via anderen die in het culturele veld actief zijn of door zelf actief te zoeken. Beide trajecten resulteren in een sterkere verbondenheid dan om het even welke reguliere reclame zou kunnen bereiken.

Kunstverein organiseert benefietactiviteiten voor de werving van nieuwe leden om de programmering te stimuleren en te continueren (leden krijgen op hun beurt prioriteit bij activiteiten). Zodoende genereert Kunstverein een gemeenschap die zijn bestaan actief ondersteunt. Het is van belang te onderstrepen dat Kunstverein openstaat voor iedereen die nieuwsgierig is en verlangt naar een uitdagende vorm van artistieke representatie.

Tegelijkertijd vormen de leden en haar betrokkenheid de kern van zijn bestaan; met andere woorden, zonder leden zou Kunstverein simpelweg niet bestaan.

Wij geloven dat onze huidige tijd vraagt om een structuur van zelforganisatie als tegenhanger van de programma's voor een massapubliek; deze tijd vraagt om urgente,

geconcentreerde presentaties die een lokaal, nationaal en internationaal publiek voeden.

Locatie

Kunstverein is een organisatie die zowel haar lokale wortels omarmt als constant verbinding maakt met een breder, internationaal netwerk van professionals. De focus van Kunstverein heeft altijd nauw verband gehouden met zijn vestigingslocatie. Onze eerste locatie nam de intimiteit van een appartement op de tweede verdieping als vertrekpunt, waarbij Kunstverein zich profileerde als een sociale ruimte met een 'salon'-gerichte programmering en een reeks uitstekend bezochte activiteiten. Toen we verhuisden naar een winkelpand in de Gerard Doustraat in Amsterdam Oud-Zuid werden we door de grote vensters geïnspireerd om 'zichtbaarheid' in de kunst tot thema te maken, en om een serie 'winkelpui-retrospectieven' van veronachtzaamde historische culturele figuren te organiseren. Zoals beoogd kregen deze tentoonstellingen stuk voor stuk veel aandacht in vooraanstaande internationale media zoals *Frieze Magazine*, *Artforum*, *Flash Art*, *Metropolis M* en *Marie Claire*.

Toen we onze 'winkel' in de Gerard Doustraat openden, hebben we onze krachten gebundeld met naburige kunst ruimten om de wijk te promoten als de 'Lower East Side' van Amsterdam; we verzorgden 'kunstwandelingen' en organiseerden samen bijzondere activiteiten. Tijdens ons verblijf in de Gerard Doustraat werden we geïnspireerd door de mix van ontwerp-, culturele en sociale ruimten in Oud-Zuid. Deze gemengde structuur van Zuid heeft Kunstverein aangezet tot de opwindende en innovatieve volgende stap. Vanwege de voortdurend veranderende opzet van elk project heeft Kunstverein in de wijk Oud-Zuid veel verschillende publieksgroepen ontvangen. Er is Kunstverein veel aan gelegen de relatie met zijn omgeving vast te houden, in de overtuiging de juiste 'thuisbasis' te hebben gevonden; een plek met een sterke lokale culturele scene, maar evenzeer met een sterke huiselijke en winkelvriendelijke sfeer. Zoals gezegd zien we Oud-Zuid als de tegenhanger van de Lower East Side in New York, van oudsher een arbeiderswijk, en nu een buurt die trouw is aan zijn wortels maar tegelijkertijd is uitgegroeid tot een sterk cultureel knooppunt.

Franchise

Veelzeggend is dat Kunstverein met het bestaande Duitse model het franchise-karakter gemeen heeft, een concept dat op een mondiale schaal verschillende lokale contexten verkent. Elke Kunstverein functioneert volgens een eigen model, met een eigen format als museum, kunstcentrum en kunstenaarsinitiatief. De transnationale samenwerking tussen de verschillende Kunstvereins onderstreept het belang van zelforganisatie en onderzoekt manieren om op macroniveau bronnen te verzamelen, waarbij wordt gekeken hoe de verschillende leden van de franchise bij projecten kunnen samenwerken. Wat betreft de

herkenbaarheid (naam): alle Kunstvereins worden simpelweg 'Kunstverein' genoemd; wel wordt hun locatie in hun website-domein gespecificeerd.

In 2010 openden twee filialen van Kunstverein hun deuren, één in New York City en één in Milaan. Samen vormen de drie Kunstvereins een los samenwerkingsverband, d.w.z. het lidmaatschap wordt tussen de drie gedeeld, maar het zijn alledrie financieel zelfstandige eenheden. De Kunstverein-franchises werken samen bij meerdere evenementen, onder andere:

- 'Hush-Hush' activiteiten, waarbij leden van de franchise via skype worden uitgenodigd aanwezig te zijn op het evenement van de Kunstverein die als gastheer optreedt.
- Op uitnodiging, bij verschillende beurzen: de Art Book Fair in New York; de Art Book Fair in Los Angeles; Miss Read in Berlijn, Art/Book Fair Amsterdam; Pa/Per View, Art Book Fair Eindhoven en Artissima.
- Gezamenlijke tentoonstellingen, zoals *Prospectus Amsterdam: A survey of the work of Ben Kinmont*, die ook New York aandeed en *The Richard Kostelanetz Bookstore* die doorreisde naar Milaan.

Samenwerkingen

Binnen zijn programma heeft Kunstverein het altijd als een stimulans en eigenlijk ook als een voorrecht beschouwd om institutionele samenwerkingsverbanden te creëren voor specifieke projecten. Een voorbeeld is *Prospectus Amsterdam: A survey of the work of Ben Kinmont*. De partnerinstellingen bij deze tentoonstelling waren: Kadist Art Foundation Parijs, Het Stedelijk Museum Amsterdam, Restaurant As Amsterdam, Fales Library New York University, Kunstverein New York, San Francisco Museum of Modern Art.

Ter gelegenheid van de seizoensopening werkt Kunstverein samen met Stadsdeel Zuid en alle instellingen voor beeldende kunst de Ateliers, Grimm, Upstream, Galerie Juliette Jongma, de Appel.

Er zijn specifieke banden gevormd of aangehaald met direct betrokken Nederlandse onderwijsinstellingen zoals Rietveld Academie Amsterdam, Piet Zwart Instituut Rotterdam, Sandberg Instituut Amsterdam, Werkplaats Typografie Arnhem.

Voor boekpresentaties en bijzondere performances werkt Kunstverein regelmatig samen met Galerie Juliette Jongma, Marres Maastricht.

Kunstverein heeft samengewerkt met de volgende uitgevers bij diverse boek- en boekgerelateerde activiteiten Printed Matter Inc New York, Sternberg Press, JRP Ringier, Research Centre for Artists' Publications in het Weserburg Museum of Modern Art, The Baltic Notebooks of Anthony Blunt.

Kunstverein Publishing

Kunstverein brengt een eigen publicatiereeks uit onder de naam *Kunstverein Publishing*, dat fungeert als overkoepelende uitgeverij voor alle Kunstvereins binnen de franchise-organisatie. De publicaties worden alleen geproduceerd als er sprake is van een concrete vraag of behoefte, hetzij om een kunsthistorische leemte te vullen of om aan een meer lokale vraag te beantwoorden. *Kunstverein Publishing* heeft een distributie opgezet in de Verenigde Staten, via Textfield in Los Angeles, maar ook met gevestigde firma's in vele Europese plaatsen. Kunstverein levert onder andere aan Walther Koenig (in heel Europa), Charlottenborg Books (Kopenhagen), Ommu (Athene) en Motto, Archive Books en Pro QM (Berlijn), Grazer Kunstverein (Graz), Castillo/Corrales (Parijs), X Marks the Bökship (Londen).

Dankzij zijn heldere en deskundige stem binnen de kunstuitgeverij is Kunstverein in staat vanuit een kleinschalige en wendbare positie bij te dragen aan het internationale kunstdiscours. Dit werd onderkend in 2011, toen Kunstverein van de prestigieuze Amerikaanse Graham Foundation subsidie ontving voor de eerste publicatie over de balletwerken van de kunstenares Mierle Laderman Ukeles. Deze publicatie verschijnt in 2014.

Daarnaast brengt Kunstverein jaarlijks haar in house-magazine Ginger&Piss uit.

De Kunstverein Collectie

In 2010 startte Kunstverein met een eigen collectie met het doel om naast zijn tentoonstellingsprogramma, publicaties en activiteiten een tastbare artistieke bijdrage te leveren, met het oog op de toekomst én het verleden. De collectie, met werken van kunstenaars die ofwel een directe link met het programma hebben of een belangrijke plaats innemen in de kunstwereld van vandaag, zal uiteindelijk worden gedoneerd aan een museum naar keuze van Kunstverein. De zorgvuldig geselecteerde kunstenaars (4 per jaar) doneren een werk, in ruil waarvoor ze het Platina-lidmaatschap van Kunstverein verkrijgen. Tot op heden hebben alle benaderde kunstenaars de uitnodiging enthousiast aangenomen.

- In 2010 geselecteerde kunstenaars: Jeremiah Day, Gabriel Lester, Adam Pendleton, Tim Braden
- In 2011 geselecteerde kunstenaars: Lisa Oppenheim, Falke Pisano, Melissa Gordon, Amalia Pica
- In 2012 Sarah Crowner

Structuur programma

Een experimentele kunstinstelling dient een vooruitstrevend instrument voor

kunstmiddeling te zijn dat 'jonge' standpunten promoot en zichzelf positioneert ten opzichte van maatschappelijk relevante discoursen. Daarbij hoort ook een zekere intellectualiteit en een hoge standaard. Academisme, dat zichzelf gewoonlijk uitdrukt in grote hoeveelheden tekst, is echter geen oplossing. Het 'hoe' van de presentatie is even relevant als het 'wat'. Het is belangrijk vormen van bemiddeling te vinden die plezier overbrengen bij het bekijken van kunst. In de afgelopen jaren heeft de druk die werd opgelegd door quota's en ratings de inhoudelijke discussie over adequate vormen van bemiddeling grotendeels tot zwijgen gebracht. In tijden van individualisering moet worden nagedacht over hoe de verschillende lagen van de samenleving specifiek kunnen worden aangesproken en bij de hand genomen. Kunstverein dient een open ruimte te zijn die kan voldoen aan de wens ervaringen uit te wisselen, ideeën en reflecties te articuleren en het provocatieve te verkennen. De kunstinstelling wordt een plek van bij uitstek intieme ontmoetingen met andere locaties, concepten, mensen en alle andere elementen en hun variaties die een passieve wereld veranderen in gepassioneerde toeschouwers. Het programma, het eigenlijke werkveld, moet zo polyfoon mogelijk zijn – qua inhoud en formeel kader, maar ook voor wat betreft de strategie voor het opbouwen en benaderen van een nieuw publiek en het onderkennen van diens behoeften en verwachtingen. Daarom moeten we ons opnieuw oriënteren ten opzichte van de concepten van een tentoonstelling, screening, performance, lezing of alle min of meer vastgelegde conventionele vormen van evenementenorganisatie. Dit kan gebeuren door de traditionele institutionele structuur te doorbreken met behulp van een goed doordachte (theatrale) dramaturgie die spanningen en climaxen kan introduceren met correlatieve ontmoetingen en representatieve/discursieve ensembles die zowel zelf-reflexief als reflexief zijn.

Het institutionele programma is opgebouwd rondom een reeks ontmoetingen, reële of fictieve conversaties tussen kunstenaars, cultuurproducenten, onderwerpen en concepten en thema's die aandacht vragen, nieuw gedefinieerd en geïnterpreteerd moeten worden. Door de opzet van het programma te conceptualiseren, zullen de context, functie en het fysieke karakter van de ruimte fungeren als vertrekpunt en definiëren hoe tentoonstellingen vorm kunnen krijgen: het programma vraagt een artistieke en curatorische praktijk die het proces privilegieert boven het eindproduct. Mogelijke structuren die kunnen worden overwogen, zijn langetermijnprojecten bestaande uit corresponderende opdrachten die een veelheid van aspecten en ideeën laten zien zonder door specifieke kenmerken te worden bepaald.

Programma 2014-2016

De komende jaren bouwt Kunstverein voort op zijn sterke punten en successen als een flexibel platform voor een geavanceerde kunstpraktijk, een ontmoetingsplaats en een specialist in discursief programmeren. In conceptueel opzicht zal de nadruk liggen op de

productie en presentatie van 'taal', waarbij zowel artistiek als discursief uitdrukking wordt gegeven aan noties rondom 'uitwisseling' en 'communicatie'. De productie en presentatie van publicaties zal dan ook een cruciaal aspect worden. Het programma vult historische leemtes met werk dat avant-gardistisch was en nog steeds is voor het huidige artistieke discours. Zulke werken worden gepresenteerd naast hedendaagse kunstproducties om aan te tonen dat ze relevant en nodig zijn voor het denken van vandaag.

Kunstverein onderzoekt vanaf zijn oprichting nieuwe modellen van tentoonstellen. Vaak wordt voor een tentoonstelling de hele ruimte compleet heringericht. Bij de tentoonstelling van Ben Kinmont bijvoorbeeld als een bibliotheek, bij die van Richard Kostelanetz als een boekwinkel en bij die van Robert Wilhite als een design showroom. Wij zien die aanpak als de beste manier om het werk aan het publiek voor te stellen, dat wil zeggen via een totaalomgeving die de praktijk van de betreffende kunstenaar weerspiegelt. Het andere sterke en belangrijke deel van het programma van Kunstverein zijn de bijzondere evenementen (waarvan sommige alleen voor leden toegankelijk zijn).

Kunstverein zet zijn onderzoekende benadering van het maken van tentoonstellingen voort, gericht op een nog sterkere betrokkenheid van onze leden. Met een stevig (en groeiend) ledenbestand wil Kunstverein zijn positie consolideren als een plaats waar mensen bijeenkomen en met elkaar in gesprek gaan, een nieuwe locatie waar culturele dialoog ontstaat in samenhang met een programmering die zowel gericht is op evenementen als op tentoonstellingen.

Programmaformat

Elk jaar vinden vier zogenaamde *Quarterly* events plaats, bedoeld als presentaties die in verschillende vormen worden opgevoerd. Deze *Quarterlies* zijn een voortzetting van het programma dat Kunstverein tot nu toe heeft opgezet: de presentatie van avant-gardistische praktijken die in het *mainstream*-discours over kunstgeschiedenis niet aan bod komen. Die projecten zijn flexibel in opzet en tijdsduur.

De salonachtige omgeving van Kunstverein zal het decor vormen van een reeks dag- of avondactiviteiten die berusten op het boek als een sociale ruimte. De thematiek van 'boeken in wording' wordt gevoed door de kracht en internationale reputatie van Kunstverein Publishing en beslaat de tweede tak van het jaarprogramma. Het programma gaat op een meanderende verkenning van het veelzijdige bestaan van drukwerk: een groepstentoonstelling wordt een monografie, een romancyclus wordt een retrospectief, een tijdschrift wordt een school, een boek wordt een symposium, een etentje wordt een nieuwsbrief, etc.

Kunstverein hoopt een plek te worden waar mensen (en vooral leden, natuurlijk) elkaar kunnen ontmoeten. Naast de *Drawing Room Events* (Salonbijeenkomsten) en de *Quarterlies* zal Kunstverein open zijn voor informele borrels en koffiepauzes. De locatie van Kunstverein in Oud-Zuid is cruciaal voor zijn succes als sociaal knooppunt. Hoewel Kunstverein goed samenwerkt met andere instellingen in Zuid, waaronder het Stedelijk Museum, beschikt Kunstverein over een unieke combinatie van een intiem en tegelijk ambitieus programma en een uiterst geschikte locatie.

Communicatie

De productie en presentatie van werk is de kernactiviteit van Kunstverein, en de visuele communicatie van 'taal' speelt een cruciale rol. Uitwisseling en communicatie op zowel artistiek als grafisch niveau zijn essentieel voor het programma. Niet alleen de publicaties die Kunstverein uitbrengt maar ook elke nieuwsbrief en alle digitale communicatie wordt zorgvuldig ontworpen en geredigeerd. De begrippen dialoog en uitwisseling staan centraal in de missie van Kunstverein. De communicatie van Kunstverein omvat dan ook drie aspecten van de instelling die direct teruggaan op zijn discursieve rol:

- conventionele **marketing**, met gebruik van reclame, publieksparticipatie (markten, lezingen), persverslagen, ontvangen van onderwijsinstellingen,
- het **franchise**-model,
- **Kunstverein Publishing**

Marketing

Gedurende de 'tweede fase' van Kunstverein na onze verhuizing naar Oud-Zuid hebben we verschillende middelen aangeboord (reclame, pers, locatie) om de zichtbaarheid van Kunstverein te vergroten. Dat is sinds onze vestiging in Zuid ook gelukt en Kunstverein heeft hier meer publieke aandacht gezocht en gekregen en een verdubbeling van zijn (internationale) activiteiten gerealiseerd.

Kunstverein zet in de marketing diverse pr-middelen in, zoals onze eigen **nieuwsbrief** en daarnaast conventionele reclame via **directe mailings** naar en ten behoeve van landelijke en internationale publieksgroepen, via de sociale media, betaalde advertenties op internet en nu en dan in de gedrukte media. De nieuwsbrieven worden verstuurd aan alle leden van alle drie Kunstvereins en aan meer dan 1500 externe e-mailadressen (niet-leden, landelijke en internationale pers, etc.). Ook worden aankondigingen geplaatst op de respectievelijke **Kunstverein-websites** (waar relevant) en op de **Facebookpagina** (Kunstverein Amsterdam, meer dan 4000 vrienden). Niet alleen verschijnt bij elke tentoonstelling een nieuwsbrief, maar ook een **e-flux** advertentie, een meer gebruikelijke vorm van reclame. De mailings van e-flux

maken ons zichtbaar bij een enorm internationaal publiek. Daarnaast worden er bij samenwerkingen natuurlijk ook de kanalen van de betrokken instituten aangeboord.

Kunstverein maakt gebruik van **gratis reclame** (inclusief programmadetails en geschiedenis) en geniet in de gedrukte media de aandacht van lokale en internationale dagbladen, nationale en internationale tijdschriften, evenals van meer op specifieke evenementen gerichte publicaties als de brochures voor Art Amsterdam, de Amsterdam Art Book Fair, de New York Art Book Fair, ARCO Madrid (zowel in de serie over speciale projecten als die over lezingen).

Kunstverein heeft sinds zijn oprichting actief de aandacht van de **pers** gezocht en internationale en nationale tijdschriften en dagbladen telefonisch benaderd. De instelling dan wel specifieke activiteiten zijn besproken in dagbladen als *Het Parool*, *de Volkskrant*, *Art*, *Sole 24 Ore* (Italië) en *The New York Times* en in tijdschriften als *Arte* (Duitsland), *Tubelight*, *Metropolis M*, *Frieze*, *Artforum*, *Flash Art*, *Kunstbeeld*, *Art 21*, *Tubelight*, *Spike*, *contemporaryartdaily.com*, *Marie Claire*, *ManyStuff.org*, *Unlike.net*, *Avant/Garde Diaries* en *verysmallkitchen.com*. (Zie de selectie knipsels in de bijlage). Naast reguliere reclame neemt Kunstverein deel aan de Art/Books Fairs en krijgt daarmee veel publiciteit en gerichte aandacht, bilaterale contacten met geïnteresseerde partijen en mogelijkheden voor lezingen voor bredere publieksgroepen. Kunstverein is uitgenodigd lezingen te geven door o.a. het Stedelijk Museum (Amsterdam), Witte de With (Rotterdam), Casco (Utrecht), HEAD (Genève), ARCO (Madrid), Printed Matter/New York Art Book Fair (New York). Het is van belang op te merken dat Kunstverein bij deze gelegenheden vaak samenwerkt met de zuster-Kunstvereins en dat voor elke beurs of markt een specifieke benadering en presentatie wordt bedacht. Zo heeft Kunstverein voor kunstbeurzen projecten gerealiseerd waarin we de gegeven situatie een 'draai' probeerden te geven en te veranderen in een performatief evenement. Voor **Artissima 2011** hebben we **The KV Survey Shop** georganiseerd die functioneerde als een alternatieve tentoonstellingsvorm, een onorthodox antwoord op de kunstbeurs, maar ook een manier om steun te werven voor de programma's van Kunstverein. We vroegen kunstenaars met wie we de voorgaande jaren hadden samengewerkt een werk te doneren. Dit leverde een catalogus op, eigendom van alle drie de Kunstvereins, van 27 werken van internationale kunstenaars. Een recent voorbeeld was ARCO Madrid in februari 2012, waarvoor Kunstverein een speciale twee uur durende veiling organiseerde, geleid door de kunstenaar Gabriel Lester.

Selectie van kunstbeurzen waaraan tot nu toe werd deelgenomen Artissima Turijn (november 2011), Miss Read Berlijn (november 2011 en september 2013), Pa/Per View Art Book Fair Eindhoven, (oktober 2011), Amsterdam Art Book Fair 2011, The NY Art Book Fair

(oktober 2010 - november 2011) Dublin Art Book Fair 2012 (november - december 2012), Offprint Parijs (? 2012), Art Amsterdam (verzamelaarsprogramma mei 2010), ARCO Madrid (februari 2012), Pa/Per View Wiels Brussel (maart 2012)

Organisatiestructuur

Kunstverein werkt conform de Cultural Governance Code, waarbij de principes en Best Practice-bepalingen van deze code uitgangspunt zijn voor de inrichting van de organisatiestructuur en bij de realisatie van haar doelstellingen als stichting. Het bestuur van Kunstverein is ingericht naar het Raad-van-Toezicht-model, waarbij de Raad van Toezicht het beleidsbepalende orgaan vormt.

De Raad van Toezicht is evenwichtig samengesteld met zowel artistieke als zakelijke competenties. Leden van de Raad van Toezicht zijn Krist Gruijthuijsen (voorzitter), Andrea Davina en Marja Bloem. De Raad van Toezicht stelt het bestuur van Kunstverein aan, welke wordt momenteel gevormd door Maxine Kopsa (algemeen directeur) en Alexander Ramselaar (financieel directeur).

Naast de Raad van Toezicht heeft de Kunstverein een Raad van Advies, welke internationaal van karakter is. De Raad van Advies vormt klankbord voor de directie bij het vormgeven van het artistieke beleid van Kunstverein. De Raad van Advies bestaat uit Germaine Kruij, Raimundas Malašauskas en Sofia Hernandez Chong – Cuy.

Circa zes keer per jaar vindt een vergadering plaats waarin de directie verantwoording aflegt aan de Raad van Toezicht. Gedurende het jaar is er veelvuldig contact en overleg tussen de voorzitter van de Raad van Toezicht en de directie.

Bedrijfsvoering

De directie voert de dagelijkse activiteiten voor Kunstverein uit en wordt bijgestaan door associate-curator. Voor haar activiteitenprogramma werkt de directie nauw samen met een wisselend team van kunstenaars, een vaste grafisch ontwerper en opbouw- en afbouwteam.

Beloningsbeleid

De leden van de Raad van Toezicht werken onbezoldigd. Zowel directie als assistentie en betrokkenen bij het activiteitenprogramma werken op beperkte fee-basis, hetgeen een flexibele bedrijfsvoering waarborgt.

Financiën

Zonder de steun van onze (Gold)-leden en culturele instellingen zouden veel activiteiten van Kunstverein niet mogelijk zijn geweest. Kunstverein heeft behalve van haar leden vanaf 2009 ook financiële steun ontvangen van het **Mondriaan Fonds**, het **SNS Reaal Fonds**, het **Amsterdams Fonds voor de Kunst**, **Stadsdeel Zuid**, het **Prins Bernhard Cultuurfonds**, **Stichting Niemeijer Fonds**, **Stichting Stokroos**, **Pro Helvetia (Zwitserland)** en de **Graham Foundation (Chicago)**. Op onderdelen in het programma, zoals bijvoorbeeld bij publicaties realiseert Kunstverein sponsorinkomsten van derden. In de bijlage is de begroting voor 2014, de prognose voor 2013 en de jaarrekening van 2012 opgenomen inclusief toelichtingen.

Directeur

Maxine Kopsa

Financieel directeur

Alexander Ramselaar

Associate curator

Riet Wijnen

Ontwerp

Marc Hollenstein

Raad van Toezicht

Krist Gruijthuijsen

Andrea Davina

Marja Bloem

Advies Raad

Raimundas Malašauskas

Germaine Kruip

Sofia Hernandez Chong-Cuy

Kunstverein

Gerard Doustraat 132

1073 VX Amsterdam

+31 (0) 20 3313203

office@kunstverein.nl

www.kunstverein.nl

Openingstijden (momenteel): woensdag t/m zaterdag, 12.00 – 17.00 en op afspraak.

Kamer van Koophandel: 34341404

ABN Amro Bank account: 49.96.02.455

Iban: NL97ABNA0499602455

Bic: ABNANL2A

RSIN: 8208.13.059