



HET ORGANISEREN VAN EEN (GROEPS)TENTOONSTELLING MET DRAAIBOEK

In veel gevallen is een galerie of kunstinstelling verantwoordelijk voor de uitvoering van een tentoonstelling. Maar het initiatief kan ook uitgaan van de kunstenaar zelf of van een groep kunstenaars. Het tonen van werk is cruciaal voor elke kunstenaarspraktijk en het is van belang om hierin eigen initiatief te tonen. Aangezien het vak van curator niet iets is wat iedereen 'komt aanwaaien' is dit Infoblad een handreiking voor het zelf organiseren van een (groeps)expositie.

Aan de orde komen onder meer: de voorbereiding van de tentoonstelling, het schrijven van een concept, het opstellen van een begroting en het maken van een draaiboek voor de praktische uitvoering. We bespreken het daadwerkelijk selecteren van werken, het inrichten van de tentoonstelling en het gebruik van expositiecontracten. Daarnaast is er aandacht voor promotie en publiciteit vooraf en tijdens de expositie, het organiseren van de opening en het belang van publieksactiviteiten tijdens de periode van de tentoonstelling. Ten slotte komen de afbouwfase en de afsluitingsfase aan de orde.

Het volgen van een draaiboek voor het organiseren van een groepstentoonstelling verdient aanbeveling en is toegevoegd als bijlage bij dit Infoblad. Daarnaast raden wij zeer sterk aan altijd te werken met expositiecontracten. Immers: een gestructureerde organisatie en het maken van schriftelijke afspraken met alle betrokkenen kenmerkt professionele tentoonstellingen.

1. Fase 1: onderzoek

De eerste stap bij het organiseren van een tentoonstelling als (tijdelijk) curator is het op de hoogte zijn van het tentoonstellingsaanbod op lokaal, nationaal en liefst ook internationaal gebied. Dat betekent regelmatig tentoonstellingsbezoek en het lezen van vakbladen. Maar ook contact leggen met kunstenaars, weten wat hen beweegt en het leren kennen van de programma's van toonaangevende galeries en kunstinstellingen. Het zien van veel werk van anderen scherpt de eigen visie aan en van daaruit kan zich een concept voor een tentoonstelling vormen. In het hoofd van u als curator componeert

u eigenlijk al een tentoonstelling met beelden of kunstenaars voordat er nog een letter op papier is gezet. Door uw uitgebreide kennis van de hedendaagse kunst ziet u dwarsverbanden tussen die werken. Een concept is geboren en vervolgens wordt de uiteindelijke selectie van kunstenaars gemaakt. Wanneer u andersom werkt, eerst een concept formuleert en dan pas 'kunstenaars erbij zoekt', dan komt u op het terrein waar de meeste kunstenaars terecht grote weerzin tegen hebben: dat ze 'gebruikt' worden ter illustratie van uw thema.

2. Fase 2: concept, deelnemers en locatie

U gaat schrijven aan een concept van 1 à 1,5 A4 met daaraan gekoppeld een longlist van beoogde deelnemende kunstenaars. Ook zoekt u contact met mogelijke locaties. Met het concept, de mogelijke locatie en de longlist van alle kunstenaars benadert u de beoogde kunstenaars en peilt u de belangstelling voor deelname aan uw project. Uiteindelijk volgt uit de longlist de shortlist van deelnemers en valt de keuze op de locatie waarmee u in onderhandeling gaat over periode van de tentoonstelling en kosten.

Inhoud

1.	Fase 1: onderzoek	1
2.	Fase 2: concept, deelnemers en locatie	1
3.	Fase 3: financiering	2
4.	Fase 4: selectie werken, promotie en publiciteit, inrichting, opening en aanvulle publieksactiviteiten	2
5.	Het draaiboek	3
6.	Meer informatie	4
7.	Bijlage: model begroting	5

Let op dat u kennis neemt van de kosten die een locatie rekent voor huur van de ruimte, huur van apparatuur, het verzorgen van promotie en publiciteit, het beschikbaar stellen van de eigen mailinglist en eventueel de inzet van suppoosten en (op- en afbouw)-medewerkers.

Bij de keuze voor een locatie zijn drie zaken van belang: hun positie in het kunstenveld en daaruit voortvloeiend het publiek dat zij met exposities bereiken, de professionaliteit van de locatie en de ruimte zelf.

3. Fase 3: Financiering

Naar aanleiding van de inventarisatie van locaties en de uiteindelijke deelnemers stelt u een begroting op. Onderaan vindt u een overzicht van alle posten op een begroting van een groepstentoonstelling.

Als u in aanmerking wilt komen voor subsidie, dan vraagt u die vanuit de locatie aan of vanuit een non-profit stichting. Immers: voor het aanvragen van projectsubsidies voor tentoonstellingen bij de cultuurfondsen dient u een non-profit rechtspersoon te zijn: een stichting of een vereniging. Het is vaak mogelijk om honoraria en/of onkostenvergoedingen voor de kunstenaars bij de cultuurfondsen aan te vragen. Sterker nog: het wordt gewaardeerd als u dat doet. U kunt de kunstenaars daarnaast stimuleren om voor deelname aan uw tentoonstelling een Bijdrage Werkbudget bij het Fonds Beeldende Kunst, Vormgeving en Bouwkunst aan te vragen.

Houd er rekening mee dat de uitslag op uw subsidieaanvraag gemiddeld 3 maanden kost. Het verdient aanbeveling om minstens een half jaar, maar bij voorkeur een jaar voor aanvang van de tentoonstelling te beginnen met het regelen van de financiering. Dit doet u door middel van het aanvragen van subsidies, het onderzoeken van sponsoringmogelijkheden en het leggen van sponsorcontacten. (Lees meer in Infoblad *Sponsoring*).

4. Fase 4: Selectie werken, promotie en publiciteit, contracten, verzekering, inrichting, opening en aanvullende publieksactiviteiten en afsluiting

Zodra uw begroting gedekt is door toegekende subsidies en vastgelegde sponsoring begint de volgende fase. Meestal is de gewenste begroting niet de uiteindelijk gedekte begroting dus is er sprake geweest van enige aanpassingen. Ondertussen zijn de deelnemende kunstenaars aan het werk gegaan om te reflecteren op uw concept en zijn zij nieuw werk aan het maken of ouder werk aan het herontdekken. In overleg met de deelnemers maakt u de uiteindelijke selectie van de werken die in de tentoonstelling te zien zullen zijn.

4.1 Contracten en verzekeringen

Alle afspraken legt u vast in een expositiecontract waarin iedere deelnemer en de locatie staan. Bovendien zorgt u voor de benodigde verzekeringen van de werken en voor de aansprakelijkheidsverzekering voor bezoekers en medewerkers (meestal vanuit de locatie geregeld, maar u moet dat checken en zelf regelen). Soms moet een ruimte aangepast worden voor de verzekering, denk aan inbraak- en brandpreventie. U maakt verkooplijsten en verzekeringslijsten van alle te tonen werken. U hebt al onderhandeld over de provisie die de locatie ontvangt bij verkoop en dat in het contract met de deelnemende kunstenaars gezet. Bovendien bent u niet vergeten te vermelden hoe, wanneer en door wie de afrekening van de verkopen plaatsvindt.

4.2 Educatief programma

U kunt een educatief programma hebben verbonden aan uw tentoonstelling, die in deze fase wordt voorbereid door een professional. Voor subsidiënten is de aanwezigheid van een educatief programma voorwaarde. Aantoonbaar publiekbereik en vooral het aantrekken van nieuw publiek zijn immers cruciaal in de toekenning van uw aanvraag.

4.3 Promotie en publiciteit

In deze fase 4 gaat u intensief aan de slag met promotie en publiciteit. De start is het uitbreiden en updaten van de mailinglist, het updaten van de website, het verzorgen van een uitnodiging, persbericht en persmap, zaalteksten (uw concept met alle deelnemende kunstenaars en alinea's over hun werk). U probeert zoveel mogelijk publiciteit te genereren en schakelt daarvoor ook de netwerken van de deelnemende kunstenaars in en uiteraard de locatie. Gekoppelde netwerken leveren de meeste contacten op.

Als u een origineel concept hebt, op een goede locatie met interessante kunstenaars dan heeft u kans dat er over geschreven wordt. Daarvoor moet u echter wel gericht contact zoeken en het de pers zo makkelijk mogelijk maken. Dit doet u met goede persberichten en een aantal goede foto's van te exposeren werken op drukwerkkwaliteit.

Een budget voor promotie is minstens 15% van het totaal, soms meer. Houd er rekening mee dat maandbladen alles 3 maanden van te voren in huis moeten hebben. Ook voor promotie en publiciteit maakt u een apart draaiboek.

Tijdens de opening

U plant de opening met daarop een aansprekende publieksactiviteit en u zorgt voor horeca, u huurt een P.A. als dat nodig is, u boekt een dj etc. Bovendien plant u publieksactiviteiten tijdens de

tentoonstelling en wellicht een feestelijke afsluiting. Probeer daarin zo creatief mogelijk te zijn en het publiek ook daadwerkelijk te betrekken. Vaak zit de loop er goed in tijdens de opening maar daarna helemaal niet meer. Publieksactiviteiten werken als een continue 'revival' van uw tentoonstelling en zijn bovendien persmomenten. U regelt transport van de werken heen en terug en verzekert ze (meeste schade gebeurt tijdens transport).

Tijdens de tentoonstelling

Tijdens de tentoonstelling zorgt u ervoor dat er voor de bezoekers en de pers additionele informatie over de deelnemende kunstenaars te vinden is. Verder is het belangrijk dat er een suppoost zit die veel weet van de werken, het publiek kan informeren en snel met oplossingen komt bij organisatorische problemen. Een oplossingsgerichte en publieksvriendelijke suppoost dus.

U zorgt dat u de tentoonstelling goed documenteert en dat u bezoekersaantallen en alle bezoekers tijdens additionele activiteiten goed bijhoudt. Voor de financiers, de deelnemers zelf, voor u en de locatie.

4.4 Afbouw en evaluatie

U plant de afbouw en de evaluatie van de tentoonstelling en zorgt dat alle betrokkenen (financiers, deelnemers, locatie, medewerkers etc.) een verslag krijgen met beeldmateriaal van de tentoonstelling. Ieder cultuurfonds heeft aparte criteria voor de afrekening van de subsidie (let wel: soms wordt subsidie pas achteraf betaald, soms kan een voorschot van 80% vooraf worden aangevraagd met 20% op vertoon van alle bonnen die eerder al op de begroting genoemd waren na afloop). Kortom: maak na afloop een financieel en inhoudelijk verslag.

Deze kennismaking met het organiseren van een groepstentoonstelling is bewust geschreven op een vrij omvangrijke tentoonstelling. Bij kleinere of solotentoonstellingen komen al deze zaken wel aan de orde maar op minder grote schaal. Het overzicht van alle werkzaamheden vindt u in het draaiboek.

5. Het draaiboek

5.1 Alle fases

- Rekeningen op tijd betalen;
- Boekhouding bijhouden;
- Subsidiegevers, locatie en deelnemende kunstenaars regelmatig informeren over de voortgang.

5.2 Startfase

- Concept formuleren, inclusief beoogde deelnemende kunstenaars;
- Beoogde kunstenaars uitnodigingen;

- Eventueel een rechtspersoon oprichten (om in aanmerking te kunnen komen voor subsidie);
- Locatie regelen;
- Subsidies en sponsoring (cash of in natura) aanvragen (tussen indienen en uitslag zit gemiddeld 3 maanden).

5.3 Vervolfase (als deelnemers, locatie en financiën rond zijn)

- Honoraria deelnemende kunstenaars regelen;
- Productiekosten deelnemende kunstenaars regelen;
- Samen met deelnemende kunstenaars de werken voor de tentoonstelling selecteren;
- Benodigde apparatuur huren, kopen en verzekeren;
- Kunstverzekering aanvragen met specificatie tentoon te stellen werken;
- Aansprakelijkheidsverzekering bedrijven (om ongelukken van bezoekers/medewerkers te dekken);
- Mailinglist aanleggen en updaten;
- Bruikleenformulieren deelnemende kunstenaars verzorgen en laten tekenen;
- Eventueel additionele financiering regelen of sponsoring in natura;
- Voorschotten regelen op toegekende subsidies.

5.4 Publiciteitsfase

- Een gefaseerd publiciteitsplan maken;
- Perslijst met e-mailadressen en contactpersonen samenstellen;
- Uitnodigingen laten ontwerpen, laten drukken en verspreiden;
- Persbericht schrijven en verspreiden;
- Affiches laten ontwerpen, laten drukken en verspreiden;
- Advertenties laten ontwerpen en plaatsen.

5.5 Pré-opbouw fase

- Verkoop documentatiemateriaal en werken regelen;
- Zaalwachtrooster maken;
- Verblijf buitenlandse kunstenaars regelen;
- Kunsttransport heen en terug regelen;
- Entreegeld bepalen en een kas aanschaffen;
- Definitieve specificatie tentoon te stellen werken naar verzekeringsmaatschappij.

5.6 Op- en afbouwfase

- Op- en afbouwmedewerkers regelen;
- Beveiliging tijdens de op- en afbouw en tijdens de tentoonstelling regelen;
- Gereedschap etc. op- en afbouw regelen;
- Grof vuil etc. regelen na op- en afbouw;
- Informatie verzamelen voor informatiebordjes bij werken of looplijst;
- Informatiebordjes of looplijst produceren;
- Entreekaartjes en consumptiebonnen aanschaffen.

5.7 Openingsfase

- Schoonmaakploeg na opening en tussentijdse evenementen;
- Horeca opening en tussentijdse evenementen;
- Medewerkers opening regelen;
- Garderobe opening regelen;
- Eventueel openingsact regelen;
- Gastenboek, persberichten en andere informatie neerleggen.

5.8 Evaluatiefase

- Tentoonstelling documenteren;
- Recensies en vermeldingen in pers in persmap bundelen;
- Eindafrekening (binnen termijn) indienen bij cultuurfondsen e.a. financiers, indien nodig met accountantsverklaring;
- BTW afrekening maken;
- Evaluatie (inhoudelijk en artistiek) sturen naar financiers;
- Bedankbriefje naar deelnemende kunstenaars met beeldmateriaal tentoonstelling en recensies.

6. Meer informatie

Kijk voor meer informatie bij Kennis voor Kunstenaars op www.cultuur-ondernemen.nl .

Cultuur-Ondernemen

Stichting *Cultuur-Ondernemen* stimuleert ondernemerschap bij kunstenaars, creatieven en culturele organisaties en zet creativiteit in bij andere sectoren zoals het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties.

7. Bijlage: model Begroting

Begroting tentoonstelling

Uitgaven

Huur expositieruimte	
Inrichtingskosten (bouwkosten, verf, huur audiovisuele apparatuur.)	
Eventuele medewerkers als suppoosten, op- en afbouwmedewerkers, barmedewerkers, publiciteitmedewerkers.	
Openingskosten en kosten additionele publieksactiviteiten.	
Uitnodigingen (drukwerk, vormgeving, tekst, fotografie etc.)	
Verzendkosten (enveloppen, porti) of verspreidingskosten van flyers als u dat professioneel doen.	
Catalogus/brochure (drukwerk, vormgeving, tekst, fotografie) indien aanwezig	
Fotodocumentatie (film, mapjes, afdrukkosten of fotograaf) en persmappen	
Kantoorkosten	
Honoraria deelnemende kunstenaars	
Kosten educatief programma (ontwikkeling, materialen en uitvoering)	
Transportkosten	
Verzekering	
Totale kosten project en hieraan gekoppeld het dekkingsplan	

Indien verkooptentoonstelling opnemen van volgende posten:

Aantal verkochte werken	
Totale netto omzet	
Af te dragen provisie	
Uitbetaling	
Netto resultaat	