

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 281
van **YAMILA IDRISSE**
datum: 29 mei 2017

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Kunst in huis - Evaluatie en nieuwe oproep

In mei 2016 lanceerde de minister een oproep tot organisaties die zich kandidaat willen stellen om de spreiding van kunst te bevorderen door kunstuitleen aan particulieren. Momenteel is het de organisatie 'Kunst in huis' die deze taak op zich neemt.

In de beleidsbrief kondigt de minister aan dat hij ten laatste op 30 juni 2017 een organisatie zal aanduiden die in 2018 zal instaan voor de spreiding van kunst. Tegen 31 december 2017 zal er met deze organisatie ook een beheersovereenkomst worden afgesloten.

Dankzij 'Kunst in huis' kan men met een beperkt budget kunst in huis halen. Men ontleent het gewenste kunstwerk op maandelijkse basis. Als men nadien toch geen afstand wil doen van het werk, kan men het gewoon kopen.

1. Hoeveel organisaties hebben zich reeds kandidaat gesteld?
2. Zijn er ook buitenlandse organisaties die meedoen?
3. Hoeveel buitenlandse organisaties zijn kandidaat?
4. Op basis van welke criteria wordt er geselecteerd?
5. Heeft de minister cijfers in verband met het succes van 'Kunst in huis' of de spreiding van kunst?
6. Hoeveel particulieren hebben hiervan al gebruik gemaakt?
7. Hoeveel bedrijven hebben hiervan al gebruik gemaakt?

ANTWOORD

op vraag nr. 281 van 29 mei 2017

van **YAMILA IDRISSE**

1. Op 30 oktober 2016, de deadline voor indiening, heeft slechts één organisatie gereageerd op de open oproep tot kandidaatstelling voor de kernwerking "spreiding van kunstwerken", met name Kunst in Huis.
Het is jammer dat er zich geen andere kandidaten gemeld hebben. Hierdoor hebben we geen vergelijking of afweging kunnen maken en hebben we geen andere modellen kunnen evalueren.
- 2-3. De oproep is niet verspreid in het buitenland. Er waren dan ook geen buitenlandse kandidaten.
4. Het ingediende beleidsplan van Kunst in Huis is conform de regels van het Kunstendecreet beoordeeld door zowel de administratie als door een commissie samengesteld uit de pool van beoordelaars, en dit op basis van de volgende criteria:
 - a. de kwaliteit van de dienstverlening;
 - b. de wijze waarop de kerntaken gerealiseerd worden;
 - c. de positionering, samenwerking en netwerkvorming;
 - d. de inspanningen op het vlak van maatschappelijke en culturele diversiteit;
 - e. de kwaliteit van het zakelijke beheer.

Wat betreft de kerntaken was expliciet gevraagd om ook een visie te geven op de uitwerking van een kunstkoopregeling, met name voor het inhoudelijke en communicatieve luik.

5. Via het jaarlijkse werkingsverslag van Kunst in Huis zijn er heel wat cijfers over de evolutie in het succes van Kunst in Huis en de spreiding van kunst. Er is een hele weg afgelegd sedert de oprichting van Kunst in Huis in 1978, waaraan de overheid vanaf het begin heeft bijgedragen.
De dubbele doelstelling bleef al die jaren min of meer gelijk, namelijk zoveel mogelijk mensen in Vlaanderen en Brussel in contact brengen met hedendaagse beeldende kunst, en tegelijk een platform bieden aan beginnende (semi-)professionele kunstenaars en voor hen toon- en verkoopkansen creëren. Om beide doelstellingen te realiseren, bouwt Kunst in Huis enerzijds een collectie uit die de vinger aan de pols houdt van het kunstenveld, en anderzijds een gebruiksvriendelijke online catalogus en een netwerk van contactpunten waar de kunstwerken aan democratische tarieven bekeken, geleend en gekocht kunnen worden.

In 2011 bestond de collectie uit ongeveer 9.000 werken van 749 kunstenaars, maar de erkenning of het aanzien binnen het kunstenveld was vrij beperkt. Sinds 2011 onderging de organisatie een grondige transformatie, waarbij zowel het financieel beleid, het personeelsbestand, het artistiek beleid als het klantenbeleid diepgaand werden hervormd. Deze hervorming werd in 2016 grotendeels afgerond, en heeft een sterk dynamiserend effect gehad.

Kunst in Huis heeft een bewuste keuze gemaakt om het aantal kunstenaars te halveren (eind 2016 waren er nog 358 kunstenaars), zodat met elke kunstenaar een relatie kan worden onderhouden en de uitleen- en verkoopkansen voor elke

kunstenaar gemaximaliseerd worden. Daarnaast werd de collectie drastisch hervormd: sedert 2011 zijn er 3700 werken uit de collectie genomen. Sinds de vernieuwingsoperatie vanaf 2013 stroomden 69 nieuwe kunstenaars in, 20% van de huidige kunstenaars in de collectie is nieuw sinds 2013. De selectie van kunstenaars gebeurt zowel via scouting door experts als via een open kandidaatstelling, beide onder leiding van een artistieke commissie. De collectie wordt steeds beter ontsloten, niet enkel via de vaste filialen (Gent, Antwerpen, Leuven en Brussel) maar ook via de online catalogus en diverse events en communicatie-initiatieven.

Tenslotte werden het financieel en zakelijk beleid grondig gesaneerd. Structurele verliezen werden weggewerkt en de return naar de kunstenaars werd verhoogd. In 2016 bedroeg de financiële return voor de kunstenaars uit verhuur en verkoop € 388.074. Door al deze bewegingen is het imago van Kunst in Huis op enkele jaren tijd sterk verbeterd, wat de beoordelingscommissie ook heeft benadrukt in haar advies.

6. Wat betreft de particuliere abonnementen: eind 2016 waren er 2.635 particuliere abonnementen, verdeeld over 2.472 particuliere klanten. De ambitie op vlak van netto groei van het aantal abonnementen is 1 à 2% per jaar. Dit is vrij laag, omdat Kunst in Huis eerder streeft naar een hoge vernieuwingsgraad dan een hoge netto groei. Na enkele jaren lidmaatschap vermindert immers het kennismakende effect voor de klanten, en langdurig klantenbehoud zou ervoor zorgen dat de overheidssteun blijft hangen bij mensen die dit niet (meer) nodig hebben. De geambieerde vernieuwingsgraad is dus veel hoger, namelijk 15 à 20% per jaar. In 2016 was dit 18%.

Naast de uitleen is er ook de verkoop. In 2016 werden 308 kunstwerken verkocht, waarvan 281 aan particulieren. In 2016 was 50% van deze verkopen voor rekening van kunstleners die stopten met lenen en een kunstwerk aankochten. Kunst in Huis streeft ernaar om het aantal verkochte kunstwerken tegen 2021 te doen stijgen tot een 500-tal per jaar.

7. Wat betreft de bedrijfsabonnementen: eind 2016 waren er 130 bedrijfsklanten met in totaal 904 bedrijfsabonnementen, tegenover 99 klanten met 1.015 abonnementen in 2012. De bedrijfservice werd vanaf 2015 sterk hervormd. De bedrijfsuitleen is cruciaal voor de verwerving van eigen inkomsten en voor de toon- en verkoopkansen voor de kunstenaars. Die zienswijze veronderstelt een meer commerciële benadering dan voorheen, met marktconforme tarieven en een dito aanpak. Om die nieuwe strategie vorm te geven werd eerst de bestaande klantenportefeuille grondig doorgelicht, wat leidde tot heel wat stopzettingen van gratis abonnementen en 'slapende' klanten, maar ook tot een nieuw elan in de samenwerking met andere klanten. Ook werden er nieuwe klanten binnengehaald. Sinds eind 2016 is deze operatie afgerond en wordt ook werk gemaakt van actieve prospectie om de bedrijvenportefeuille verder te laten groeien.

De verkoop van kunstwerken aan bedrijven ligt veel lager, jaarlijks tussen 15 à 30, wat aannemelijk is omdat de 'band' met een kunstwerk minder persoonlijk is. Kunst in Huis zet hier ook niet actief op in omdat vooral de duurzame abonnementen een stabiele financieringsbasis vormen voor de particuliere en kunstenaarswerking.

BIJLAGE

Overzicht