

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 234

van **STEPHANIE D'HOSE**

datum: 19 maart 2020

aan **JAN JAMBON**

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN, CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

Renteloze kunstlening Kunst Aan Zet - Evaluatie bètafase en vervolg

De bètafase van Kunst Aan Zet, de renteloze kunstlening, is gestart in september 2019 en liep 6 maanden, tot en met februari 2020. In deze fase van het proefproject is de renteloze kunstlening van Kunst aan Zet gelanceerd met een netwerk van 22 galeries voor hedendaagse kunst en design in Vlaanderen en Brussel. Het doel van de bètafase was het testen en bijsturen van alle processen die komen kijken bij zo'n renteloze kunstlening.

Uit een tussentijdse evaluatie van de bètafase bleek dat het kunstpubliek nog vertrouwd moest geraken met het idee van lenen voor kunst en het bredere publiek van cultuurliefhebbers met het kopen van kunst. In de volgende fase is het daarom goed dat er, naast de geleidelijke uitbreiding van het netwerk van aanbieders, ook aandacht wordt gegeven aan een grote marketingcampagne gericht naar een breder publiek.

Op donderdag 20 februari 2020 gaf de minister n.a.v. mijn vraag om uitleg hieromtrent aan dat in maart 2020 de evaluatie van de bètafase afgerond zou zijn en deze in april besproken zou worden in de stuurgroep.

1. Komt de opstart van de volgende fase in het gedrang door de coronamaatregelen? Zo ja, kan de minister dit toelichten?
2. De minister liet het volgende weten in zijn antwoord op mijn vraag om uitleg van 20 februari 2020: "In februari volgt een videocampagne waarin een gezin zijn ervaring deelt over hedendaagse kunst verkennen en kopen van Vlaamse en Brusselse kunstenaars. De focus ligt op de haalbaarheid om kunst te kopen en de financiële duw in de rug van de kunstlening. Het filmpje wordt verspreid via de website, Instagram en Facebook."

Kan de minister meedelen waar ik deze videocampagne precies kan vinden?

3. Wat zijn de bevindingen uit de evaluatie van de bètafase en hoe evalueert de minister deze bevindingen?
4. Hebben deze bevindingen aanleiding gegeven tot bijstellingen in de strategie en uitwerking van de volgende campagne/fase? Kan de minister uitgebreid toelichten wat er zal gebeuren in deze volgende fase?
5. Kan de minister een lijst bezorgen van het netwerk van aanbieders dat zal worden ingezet in de volgende fase? Hoe groot verwacht hij dat dit netwerk zal zijn na afloop van de volgende fase?

6. In de commissie Cultuur van 20 februari 2020 gaf de minister aan dat er slechts 5 keer gebruik werd gemaakt van de regeling.
 - a) Kan de minister een laatste update geven van het aantal aangekochte werken met behulp van Kunst Aan Zet?
 - b) Hoe evalueert de minister dit aantal? Wat is het streefdoel na afloop van de volgende fase?

JAN JAMBON

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN,
CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

ANTWOORD

op vraag nr. 234 van 19 maart 2020

van **STEPHANIE D'HOSE**

1. De coronamaatregelen hebben uiteraard ook impact op Kunst Aan Zet. In de eerste plaats zijn alle galleries gesloten voor het publiek. Dit heeft een direct gevolg voor de verkoop van kunst en dus op de opportuniteiten om de renteloze kunstlening te gebruiken. Hiermee vallen een belangrijk kanaal en een doel van de campagne, conversie naar meer galeriebezoeken en kunstaankopen met de lening in de galerie, voorlopig weg.

In de tweede plaats zijn de evenementen, belangrijk in het bekend maken van het project bij een groot publiek van cultuurliefhebbers, uitgesteld of afgelast. Dit voorjaar was de start van de nieuwe campagne gepland samen met Art Brussels en Antwerp Art Weekend. Het evenement in Antwerpen zal dit jaar niet plaatsvinden. De kunstbeurs in Brussel is verplaatst naar eind juni, maar de kans is groot dat ze ook dan niet zal kunnen doorgaan. Kunst Aan Zet heeft nog een samenwerking met Antwerp Photo in de zomer en Brussels Gallery Weekend in september. De Belgian Art & Design Fair in Gent, die normaal in oktober zou doorgaan, verschuift naar begin 2021. Het is dus nog afwachten hoe de evenementenkalender er uiteindelijk zal uitzien.

Een aantal galleries neemt in deze periode nieuwe initiatieven om kunstenaars en hun werk digitaal in de kijker te zetten en online-verkoop te stimuleren, vaak verbonden aan een maatschappelijk doel. Kunst Aan Zet ondersteunt de projecten van galleries uit het netwerk in de communicatie en stimuleert de online-aankoop van kunst met de renteloze kunstlening.

De campagne die begin dit jaar is voorbereid, is gericht op conversie naar galeriebezoeken en kunst kopen. Van zodra de galleries opnieuw bezoekers kunnen ontvangen op hun tentoonstellingen, lanceert Kunst Aan Zet de campagne in de galleries, media, sociale media en evenementen. De exacte timing hangt dus af van de coronamaatregelen. Het grootste deel van de galleries is niet van plan om deze zomer, zoals gebruikelijk is, te sluiten. Hopelijk kan er in juli en augustus een inhaalbeweging gemaakt worden.

De coronamaatregelen hebben ook invloed op de uitbreiding van het netwerk van aanbieders. Een deel van de screening van kandidaat-aanbieders kan vanop afstand gebeuren. De mystery visits, de laatste stap van het erkenningsproces, kunnen uiteraard pas plaatsvinden wanneer de galleries opnieuw open zijn voor het publiek. Momenteel kunnen enkel online-galleries volledig gescreend worden en tot het netwerk toetreden. Voor galleries en offspaces die willen toetreden, wordt het erkenningsproces opgestart en zal de mystery visit gepland worden van zodra dit kan.

2. In februari is samen met het communicatiebureau een analyse gemaakt van de bètafase en de strategie voor de marketing en communicatie in de volgende fase uitgewerkt. Hierin zijn kunstliefhebbers die nog geen kunst kopen, gedefinieerd als belangrijkste doelgroep met het grootste potentieel voor de renteloze kunstlening.

Het interview met het gezin van kunstkopers is getest en afgetoetst met de inzichten van de analyse en de strategische oefening. De conclusie was dat het verhaal over het kopen en verzamelen van kunst drempelbevestigend kan worden ervaren door kunstliefhebbers die nog niet vertrouwd zijn met kunst kopen, en dus contraproductief kan werken voor deze doelgroep.

Er werd beslist om het interview niet in deze vorm te gebruiken. Binnen de komende campagne zal er gebruik gemaakt worden van storytelling, met verhalen die gaan over de haalbaarheid, diversiteit en betaalbaarheid van hedendaagse kunst. Dit zal verspreid worden via onze website en sociale media. Waarschijnlijk verwerken we hier ook het verhaal van dit gezin in. In deze bredere context zal zo'n verhaal meer het gewenste effect hebben dan in het geval van een alleenstaand filmpje.

3. Tijdens de bètafase zijn alle processen getest en waar nodig bijgestuurd. De renteloze kunstlening is in september gelanceerd bij 22 pilootgaleries.

Uit de reacties van galeries en kunstliefhebbers blijkt bij een deel van het publiek een weerstand tegenover lenen en het kredietproces. Voornamelijk bij het bestaande galeriepubliek is er terughoudendheid, ook al waren de indicaties in de voorbereidingsfase dat deze doelgroep op de kunstkoopregeling zat te wachten. Het galeriepubliek moet vertrouwd raken met lenen voor kunst. Kunst Aan Zet zal in de informatie over de renteloze lening meer de nadruk leggen op de eenvoud en snelheid van het kredietproces en de voordelen voor de kunstliefhebber, de kunstenaar en de galerie.

Het onderzoek van de customer journey van Kunst Aan zet en de buitenlandse voorbeelden Kunstkoop en Own Art geven aan dat bij kunstliefhebbers voor wie kunst kopen nog nieuw is, lenen minder een obstakel vormt. Kunstliefhebbers die nog geen kunst kopen, ervaren de perceptie dat kunst duur is als voornaamste drempel en kennen de weg naar de galeries en betaalbare kunst niet. De bètafase maakt duidelijk dat deze doelgroep wil weten welke kunstwerken je kunt kopen en vertrouwd moet raken met de prijs van kunst. In de prijsperceptie speelt de renteloze kunstlening een belangrijke rol. Pas in tweede lijn heeft deze doelgroep nood aan informatie over de kunstenaars, galeries en tentoonstellingen. Dit bepaalt in belangrijke mate de communicatiestrategie van de volgende fase.

Wat opvalt bij de leningen in de bètafase is de spreiding, zowel in tijd als geografisch. De aankopen hebben in verschillende galeries plaatsgevonden, zowel in de galeriesteden als kleinere steden. Het type werk dat gekocht werd, is ook zeer divers. De lening is gebruikt voor beeldende als toegepaste kunst en zowel uniek werk als edities. Het profiel van de kopers is divers in leeftijden (van twintigers tot 50+) en zowel mannen als vrouwen en individuen als koppels hebben de lening aangevraagd. Voor minstens twee kopers ging het om een eerste kunstaankoop. Deze aspecten geven aan dat er een breed potentieel is voor de renteloze kunstlening.

Het kredietproces, van de datum van aankoop tot het ondertekenen van de kredietovereenkomst, duurt gemiddeld zeven kalenderdagen. Als de koper op de dag van aankoop zijn lening aanvraagt, kan deze drie dagen later al afgerond zijn. Gemiddeld gebeurt de aanvraag vier dagen na aankoop. Wanneer de Kunstlening is toegekend, wordt de galerie dezelfde dag of de dag erna betaald door Hefboom.

De reacties van de leningnemers en de cijfers tonen aan dat het kredietproces snel verloopt en doorgaans positief wordt beoordeeld. In de volgende fase wordt dit verder onderzocht en waar mogelijk nog verbeteringen aangebracht.

De belangrijkste conclusies uit de bètafase zijn:

- Het kredietproces werkt snel en is klantvriendelijk
 - De voordelen en het gemak van de renteloze kunstlening moet sterker worden benadrukt in de communicatie
 - De vraag naar het aantal kunstleningen moet sterk naar omhoog. Hierin zijn twee zaken prioritair:
 - Grotere naamsbekendheid,
 - Activeren van een ruimere doelgroep van kunst- en cultuurliefhebbers.
4. Zoals reeds aangegeven zijn de twee belangrijkste zaken voor de volgende fase de uitbreiding van het netwerk en de campagne voor een breder publiek.

Samen met het communicatiebureau heeft Kunst in Huis de strategie voor de volgende campagne uitgewerkt.

Het doel van de campagne is driedig:

1. Conversie: stijging aantal leningen,
2. Awareness: stijging naambekendheid, websitebezoekers, nieuwsbriefabonnees, volgers Instagram en Facebook,
3. Conversie: Stijging galeriebezoeken en vragen over de kunstlening bij onze partners.

Dit wil Kunst Aan Zet bereiken door te focussen op 'het waarom van kunst kopen en de haalbaarheid ervan'. De samenwerking met galleries wordt geoptimaliseerd door meer ondersteuning te bieden in het promoten van de Kunstlening.

De campagne zal de brug maken van kunstliefhebber naar kunst koper. De kernboodschap is dat kunstliefhebbers via Kunst Aan Zet toegang hebben tot een 'betaalbare kunstcollectie' van Vlaamse en Brusselse kunstenaars bij topgalleries, en met de mogelijkheid om gespreid te betalen. De doelgroep zijn cultuurliefhebbers die met een helder verhaal over het diverse aanbod van betaalbare kunstwerken geïnspireerd kunnen worden om kunst te kopen en de stap naar een galerie te zetten. De renteloze kunstlening verlaagt de laatste drempel 'hoe betaal ik dit' bij een koopbeslissing.

De campagne zal gevoerd worden op eigen media van Kunst Aan Zet en galleries (website, sociale media en nieuwsbrieven), via evenementen, nieuwsmedia en advertenties. De conversie naar het bezoeken van de galleries om de kunstwerken te bekijken en een koopintentie te verzilveren, is essentieel om het doel van de campagne te bereiken. Van zodra duidelijk is wanneer het publiek opnieuw de galleries kan bezoeken, zal de timing voor de campagne worden gefinaliseerd.

5. De uitbreiding van het netwerk van galleries is gestart en er zijn in de eerste helft van maart drie galleries bijgekomen, wat het totaal aantal aanbieders op vijftientig brengt.
(zie bijlage 2: Lijst pilootpartners – onderste drie galleries zijn in maart toegetreden)

Er zijn voldoende kandidaten om de renteloze kunstlening aan te bieden. Met deze organisaties is reeds contact geweest in de loop van de bètafase en zij zijn geïnformeerd over de werking en voorwaarden van Kunst Aan Zet. De kandidaten zijn diverse type organisaties (profit en non-profit) en geografisch gespreid.

De screening bestaat uit drie stappen:

1. Criteria
2. Financiële screening
3. Mystery visit

Bij de volgorde wordt rekening gehouden met het tijdstip van de kandidatuur, geografische spreiding en eerstvolgende tentoonstelling waarop werk dat in

aanmerking komt wordt getoond. (bv. een galerie die in de eerstkomende maanden alleen buitenlandse kunstenaars tentoonstelt, is minder dringend om op dit moment toe te treden). Tijdens de lockdown krijgen online-aanbieders voorrang. Bij hen kan het erkenningsproces volledig worden uitgevoerd. Bij de andere kandidaten kunnen de eerste twee stappen worden uitgevoerd en wordt de mystery visit gepland van zodra het kan. Het pas zeker na de volledige screening of een organisatie deel kan uitmaken van het netwerk en dit gecommuniceerd wordt.

De stijging van het aantal locaties waar de renteloze kunstlening kan gebruikt worden, verhoogt ook de kans om een kunstwerk te verkopen met de renteloze kunstlening en de bekendheid ervan te vergroten. Het is de ambitie om het netwerk snel en gevoelig uit te breiden. Hierbij dient rekening te worden gehouden met de tijd die het erkenningsproces en de opstart van nieuwe aanbieders vraagt. Dit jaar zal veel zal afhangen van de coronamaatregelen maar eens de galeries opnieuw kunnen bezocht worden, is tot vijf nieuwe aanbieders per maand haalbaar.

6. a) Tijdens de bètafase zijn 8 aanvragen voor de kunstlening ingediend waarvan er 7 zijn toegekend. Het totale geleende bedrag bedraagt € 16.880 en gemiddeld € 2.411.
(zie bijlage 1: kredietaanvragen bètafase)
- b) Het aantal is lager dan verwacht. De belangrijkste oorzaak is dat het galeriepubliek zich niet als early adopters gedraagt zoals was ingeschat. Een deel moet nog vertrouwd raken met het idee van lenen voor een niet-noodzakelijk goed zoals kunst. Kunst Aan Zet zal in zijn communicatie naar het publiek en advies aan de aanbieders de relevantie van renteloos lenen voor werk van Vlaamse en Brusselse kunstenaars nog meer benadrukken. Er dient ook rekening gehouden worden met het feit dat de galeries niet altijd tentoonstellingen hebben met werk dat in aanmerking komt voor de renteloze kunstlening. Het potentieel is eerder afhankelijk van het aantal tentoonstellingen met Vlaamse en Brusselse kunstenaars dan van het aantal aanbieders.

Ondanks het beperkt aantal leningen zijn er interessante vaststellingen. De aankopen zijn in verschillende galeries gebeurd zowel in galeriesteden als kleinere steden. Het type kunstwerken is zeer divers, van tekenkunst en glaskunst tot video en design. Ook het type koper is gevarieerd, zowel in leeftijd, woonplaats als ervaring met kunst kopen. In twee gevallen ging het om een eerste kunst aankoop. Deze vaststellingen indiceren een breed potentieel van de renteloze kunstlening.

Een belangrijke evaluatie van de bètafase is deze van de processen voor de aanbieders, de kopers en het kredietproces. Kleine aanpassingen aan de koopovereenkomst en de kredietaanvraag zijn gebeurd op basis van feedback van aanbieders en kopers. Het kredietproces, van aanvraag tot ondertekening van de kredietovereenkomst, duurt gemiddeld zeven dagen. Een koper doet zijn kredietaanvraag gemiddeld na vier dagen en heeft doorgaans drie dagen later een kunstlening. De processen werken goed en worden overwegend positief ervaren. Ook in de volgende fase wordt aandacht besteed aan de efficiëntie en gebruiksvriendelijkheid.

Zoals reeds aangegeven is de prioriteit het verhogen van het aantal leningen. Dit is het hoofddoel van de marketingstrategie en de komende campagne richt zich op een publiek met een interesse in kunst maar dat nog niet vertrouwd is met kunst kopen en het betaalbare en veelzijdige aanbod bij Kunst Aan Zet. Het is momenteel moeilijk in te schatten wat de impact van de coronacrisis zal zijn op het gedrag van het kooppubliek. De stuurgroep volgt de vorderingen nauwgezet op.

BIJLAGEN

1. Kredietaanvragen bètafase

Koop-overeenkomst							Kredietaanvraag		kredietovereenkomst			
datum	regio	discipline		verkoopprijs incl btw	gevraagde leenbedrag	goedgekeurd leenbedrag	datum	dagen na aankoop	datum	dagen na aankoop	dagen na aanvraag	
1	12/09/2019	Brussel	sculptuur	uniek	3.800 €	3.800 €	3.800 €	16/09/2019	4	23/09/2019	11	7
2	12/10/2019	Antwerpen	tekenkunst	uniek	1.650 €	1.650 €	1.650 €	16/10/2019	4	19/10/2019	7	3
3	06/12/2019	Brussel	design	editie	2.000 €	2.000 €	2.000 €	19/12/2019	13	20/12/2019	14	1
4	13/12/2019	Antwerpen	schilderkunst	uniek	2.650 €	2.650 €	- €	17/12/2019	4	nvt		
5	14/12/2019	Oost-Vlaanderen	ander 2-dimensioneel werk	uniek	3.700 €	3.700 €	3.700 €	19/12/2019	5	19/12/2019	5	0
6	10/02/2020	Antwerpen	video	editie	1.800 €	1.800 €	1.800 €	10/02/2020	0	13/02/2020	3	3
7	12/02/2020	Limburg	tekenkunst	uniek	2.400 €	2.400 €	2.400 €	13/02/2020	1	18/02/2020	6	5
8	07/03/2020	West-Vlaanderen	ander 2-dimensioneel werk	editie	1.530 €	1.530 €	1.530 €	09/03/2020	2	13/03/2020	6	4
				totaal	19.530 €	19.530 €	16.880 €		33		62	23
				gemiddeld	2.441 €	2.441 €	2.411 €		4		7	3

Tijdstip koopovereenkomst Gespreid. Te weinig leningen om een patroon te bepalen maar duidelijk dat de vraag naar leningen gespreid in tijd en locatie is.

Locaties galeries Divers en gespreid. 5 provincies, 6 steden, zowel galeriesteden, kleinere steden. Galeries in stadskernen als daarbuiten.

Woonplaats koper Voornamelijk uit steden. Niet noodzakelijk gelinkt aan locatie van de galerie. Een koper koopt niet persé bij galerie uit zijn stad.

Type kunstwerken Divers. Zowel toegepaste als beeldende kunst. Verschillende disciplines en zowel edities als uniek werk

Verkoopprijs Gemiddeld € 2441, max € 3800 - min € 1530

Leenbedrag Tot nu toe altijd voor het volledige koopbedrag. Voorlopig geen leningen onder de € 1500 of boven de € 4000

Leentermijn Kopers kiezen voor de maximale leentermijn

Datum kredietaanvraag Kopers vragen snel hun krediet aan, gemiddeld binnen de 4 dagen en de laatste 3 kredietaanvragen binnen 1 dag. De termijn in de koopovereenkomst van binnen de dagen volstaat en de koper heeft zelf de intentie om dit zo snel mogelijk te doen.

Bij 1 aanvraag is de online identificatie een probleem gebleken. Dit was te wijten aan een technische probleem in de krediettool dat snel werd opgelost en verder niet meer is voorgevallen. De Koper heeft zijn aanvraag manueel kunnen doen. De kredietovereenkomst kon wel online worden getekend.

kredietovereenkomst	Op 8 kredietaanvragen zijn er 7 goedgekeurd en 1 niet. Hierin moeten strikte FSMA-tegels gevolgd worden dus de kans bestaat dat dit nog voorkomt. De inschatting is dat dit uitzonderlijk zal blijven (lager dan 1 op 8).
duur kredietproces	De koper weet gemiddeld 3 dagen na zijn aanvraag en 7 dagen na zijn aankoop of de lening goedgekeurd wordt. Rekening houdende met het feit dat de koper gemiddeld binnen de 4 dagen zijn aanvraag doet en dat niet alle dagen bankwerkdagen zijn, kunnen we stellen dat eens de kredietaanvraag is ingediend de kredietbeoordeling zeer snel verloopt. De koper ondertekend ook vrijwel onmiddellijk de kredietovereenkomst. De 2 cases waarbij de identificatie niet online kon, zijn deels manueel verlopen. Hier is telkens met de kredietnemer overlegd en een passende oplossing overeengekomen. Er kan dus pragmatisch omgegaan worden met dergelijke situatie. Beide gevallen deden zich voor aan het begin van de piloot (2de en 3de aanvraag).
betaling aanbieder	Maximaal één dag na ondertekening kredietovereenkomst

2. Lijst pilootpartners op 31 maart 2020

	erkennings	ORGANISATIE	REGIO	Website
1	KAZ001	Artlead.net	online	https://artlead.net/
2	KAZ017	Baronian Xippas	Brussel - Elsene/Knokke	http://baronianxippas.com/
3	KAZ006	Base-Alpha Gallery	Antwerpen	http://www.basealphagallery.be/
4	KAZ011	Bruthausgallery	Waregem	http://www.bruthausgallery.be/index.htm
5	KAZ020	De Mijlpaal	Heusden-Zolder Knokke	http://www.demijlpaal.com/
6	KAZ015	De Zwarte Panter	Antwerpen	http://www.dezwartepanter.com/
7	KAZ012	Fifty One (Aretz bvba)	Antwerpen	https://www.gallery51.com/
8	KAZ007	Greta Meert Galerie	Brussel	https://galeriegreameert.com/
9	KAZ008	Harlan Levey Projects (Levey Kwok)	Brussel - Elsene	http://hl-projects.com/
10	KAZ018	Kristof De Clercq Gallery (Lotika)	Gent	https://kristofdeclercq.com/
11	KAZ004	La Forest Divonne	Brussel	http://www.galerielaforestdivonne.fr/fr/ex
12	KAZ021	Lieve Lambrecht Galerie en Beeldentuin (Arte)	Merendree	http://www.lievelambrecht.be/
13	KAZ010	MANIERA	Brussel	http://www.maniera.be/
14	KAZ003	Meessen De Clercq	Brussel - Elsene	http://www.meessendeclercq.be/
15	KAZ009	MLF - Marie Laure Fleisch	Brussel - Elsene	http://www.galleriamlf.com/
16	KAZ005	Sharing Art bvba Plus One Gallery	Antwerpen	https://www.plus-one.be/
17		Sharing Art bvba Sofie Van de Velde Gallery	Antwerpen	http://sofievandevelde.be/
18	KAZ019	Tatjana Pieters	Gent	http://www.tatjanapieters.com/
19	KAZ002	Transit (Arekipa)	Mechelen	http://www.transit.be/index.php
20	KAZ016	Valerie Traan (Scritto)	Antwerpen	www.valeriestraan.be
21	KAZ014	Waldburger Wouters	Brussel	https://www.waldburgerwouters.com/ind
22	KAZ013	the whitehouse	Lovenjoel (Leuven)	http://www.thewhitehousegallery.be/nl
23	KAZ022	Annie Gentils (De Notelaar)	Antwerpen	https://www.anniegentilsgallery.com/
24	KAZ023	Valcke Art Gallery	Gent	www.valcke-artgallery.be
25	KAZ024	Stieglitz 19	Antwerpen	www.stieglitz19.be