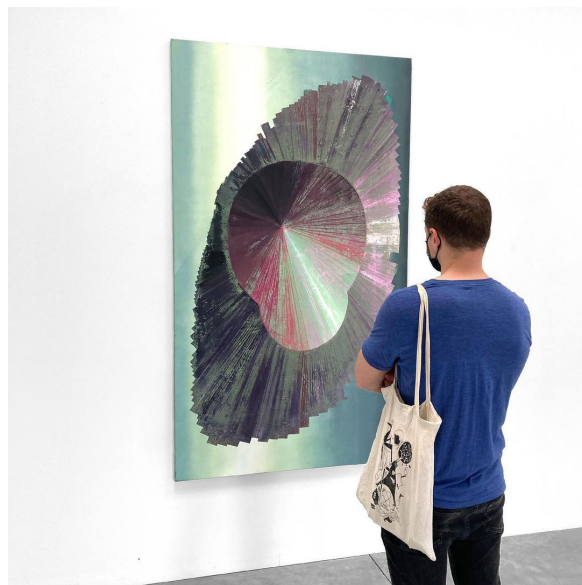
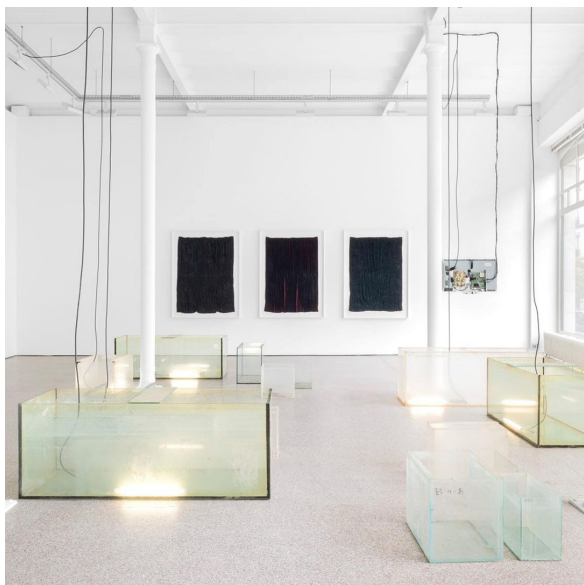




Evaluatie Kunst Aan Zet

14 juni 2021

Voortgangsindicatoren Kunst Aan Zet

14 juni 2021

1. Voortgangsindicatoren per kwartaal

De renteloze kunstlening werd gelanceerd in september 2019 met een pilootgroep van 22 aanbieders en een beperkte marketingcampagne. Vanaf maart 2020 kwamen er geleidelijk nieuwe aanbieders bij. De voorziene voorjaarscampagne werd geannuleerd naar aanleiding van de lockdown. In het najaar van 2020 kwam er een eerste grote campagne onder de noemer 'ontdek de betaalbare kunstcollectie' en momenteel loopt de campagne 'start to buy art'.

	2019		2020				2021	
	Q3*	Q4	Q1	Q2*	Q3	Q4*	Q1	Q2*
	2019		2020				2021	
	Q3*	Q4	Q1	Q2*	Q3	Q4*	Q1	Q2*
GALERIENETWERK								
totaal TD	22	22	22	27	32	36	42	47
nieuw	22	0	0	5	5	4	6	5
stopzetting samenwerking	0	0	0	0	0	0	0	0
KOOPOVEREENKOMSTEN								
totaal # TD	1	5	8	15	29	41	58	99
# nieuwe koopovereenkomsten	1	4	3	7	14	12	17	41
totaal € TD	€ 3.800	€ 13.800	€ 19.530	€ 43.994	€ 80.607	€ 124.482	€ 162.361	€ 269.170
KUNSTLENINGEN								
totaal # TD	1	4	7	13	25	37	53	85
# nieuwe leningen	1	3	3	6	12	12	16	32
# lopende dossiers								4
# afgekeurde/stopgezette kredietaanvragen	0	1	0	1	2	0	1	5
totaal € TD	€ 3.800	€ 11.150	€ 16.880	€ 34.544	€ 61.457	€ 96.882	€ 131.866	€ 208.118
€ nieuwe leningen	€ 3.800	€ 7.350	€ 5.730	€ 17.664	€ 26.913	€ 35.425	€ 34.984	€ 76.252
totaal gemiddeld leenbedrag	€ 3.800	€ 2.788	€ 2.411	€ 2.657	€ 2.458	€ 2.618	€ 2.488	€ 2.448
gemiddeld leenbedrag kwartaal	€ 3.800	€ 2.450	€ 1.910	€ 2.944	€ 2.243	€ 2.952	€ 2.187	€ 2.383
MEDIA								
website KAZ unieke bezoekers	3200	4247	2224	5215	6300	13550	8700	17200
niewsbriefabonnees KAZ	234	273	330	332	339	486	660	1097
lezersgraad nieuwsbrief	65%	65%	65%	65%	65%	64%	57%	60%
volgers Facebook	400	550	750	838	1520	1740	1875	2309
volgers Instagram	500	1500	2240	3670	4984	5396	5942	7944
	*start sep 2019			*lockdown		*lockdown		stavaza 14-6-2021

Het kredietproces, van datum koopovereenkomst t.e.m. datum ondertekening, duurt 6 dagen en is hiermee nog 2 dagen korter tegenover vorig jaar. De winst zit enerzijds in opvolging door Hefboom, dat erin slaagt om gemiddeld 1 dag na aanvraag de kunstlening goed te keuren, en anderzijds is er de nieuwe informatiepagina <https://www.kunstaanzet.be/kunstlening> die het proces helder uitlegt en stimuleert tot een snelle opvolging door de koper.

GEMIDDELDE DUUR AANKOOP- EN KREDIETPROCES		
6		
# d tss afsluiten koopovereenkomst & kredietaanvraag	# d tss kredietaanvraag & goedkeuring*	#d tss goedkeuring & ondertekening kredietovereenkomst
Koper	Hefboom	Koper
2	1	3

2. Evolutie kunstlening 2021 & prognose

Het streefdoel op kruissnelheid was 120 leningen per jaar aan gemiddeld € 2900 per lening. In april en mei is de grens van 10 leningen per maand overschreden en verwacht wordt dat deze evolutie zal aanhouden. In de eerste 3 maanden van het jaar zaten we onder het gemiddelde van 10, maar dat is ondertussen gecompenseerd. Het gemiddelde leenbedrag blijft rond de € 2500. De verwachting is dat in 2021 het aantal kunstleningen ruim boven de 120 zal liggen aan een gemiddelde van € 2500. Dit kan met het huidige volume aan leenkapitaal. De workload voor de handling van de lening door Hefboom is een aandachtspunt.

	FEB	MAA	APR	MEI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC	TOTAAL PROGNOSE
KUNSTLENINGEN												
totaal # TD	9	16	29	45	65	79	93	111	133	155	171	171
# nieuwe leningen	5	7	13	16	20	14	14	18	22	22	16	
totaal € TD	€ 21.024	€ 36.984	€ 66.881	€ 106.881	€ 156.881	€ 191.881	€ 226.881	€ 271.881	€ 326.881	€ 381.881	€ 421.881	€ 421.881
€ nieuwe leningen	€ 10.300	€ 15.960	€ 29.897	€ 40.000	€ 50.000	€ 35.000	€ 35.000	€ 45.000	€ 55.000	€ 55.000	€ 40.000	
gemiddeld leenbedrag	€ 2.336	€ 2.312	€ 2.306	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.467
aantal/week	1	2	3	4	5	3	3	4	5	5	4	3

3. Netwerk Aanbieders

Met 11 nieuwe galleries in 2021 tot nu toe is het netwerk uitgebreid tot **47 aanbieders**:

- 47 aanbieders
- 56 fysieke locaties
- 2 online-aanbieders

regio's:

- 12 Brussel
- 14 Provincie Antwerpen
- 2 Provincie Vlaams-Brabant
- 8 Provincie Oost-Vlaanderen
- 7 Provincie West-Vlaanderen
- 2 Provincie Limburg
- 2 online

Het netwerk zal nog verder uitbreiden met een tiental nieuwe aanbieders.

Lijst aanbieders in bijlage.

4. Website

In september 2020 lanceerde Kunst Aan Zet een nieuwe website met een uitgebreide database aan [kunstwerken](#) als belangrijkste uitbreiding. Sinds februari dit jaar kunnen de aanbieders zelf kunstenaars, kunstwerken en de tentoonstellingskalender beheren. Dit zorgt in de eerste plaats voor een grote tijdswinst voor de webbeheerder van Kunst in Huis en tegelijkertijd voor een uitgebreider belevingsplatform met een stijgend gebruik van de website.

Stand van zaken kwartaal 2 - 2021 op 9 juni:

- **17.209 unieke bezoekers** waarvan 16.804 nieuwe
- 40% van de bezoekers bezocht de website meerdere malen:
 - **24.087 bezoeken**
 - **104.337 webpagina's** (4,33 per bezoek)
- gemiddelde duur bezoek: **3min.46sec.**

5. Sociale Media

Stand van zaken op 9 juni 2021:

- **Instagram:**
 - volgers: 7821
 - bereik 2de kwartaal (to date): 130.700 accounts
- **Facebook**
 - volgers: 2277
 - bereik 2de kwartaal (to date): 190.900 accounts
- **Social campagne 'Start to buy art'**
Instagram Stories, Instagram Newsfeed, Facebook Newsfeed
 - uniek bereik: 185.000 accounts
 - per account gemiddeld 2,55 x de video gezien = 470.000 impressies
 - 35.260 personen keken voor de volledige duur (15 sec) naar de video
 - 11.030 personen klikten door naar [kunstaanzet.be](#)

6. Media

persartikels 2021 - stand van zaken juni 2021

najaar 2021 **TheArtCouch** - 3 online artikels & 1 artikel magazine oktober -
Starten met verzamelen

15/7/2021 **Feeling** - online & print - Starten met kunst kopen

1/6/2021 **Collect Magazine** - online & print - [Kunst Aan Zet](#)

16/5/2021 **Gazet Van Antwerpen** - online - [Antwerp Art Weekend groot succes](#)

- 17/5/2021 **Gazet Van Antwerpen** - print - [Antwerp Art Weekend - Gallery Hopping Tours](#)
- 15/5/2021 **Het Laatste Nieuws** - print - [kaderstuk 'ook zonder vette bankrekening'](#)
- 20/4/2021 **Marie-Claire** - online - [Hier vind je betaalbare kunst voor in huis](#)
- 17/4/2021 **DS Magazine** - print & online - [Nooit meer lege muren](#)
- 8/4/2021 **De Standaard** - print & online - [Renteloos kunst kopen \(nog\) geen hit](#)
- 18/2/2021 **Het Laatste Nieuws** - online - [6 manieren om kunst in huis te halen zonder je Blauw te betalen](#)
- 19/2/2021 **HART** - online - [Kunst in Huis ontvangt Anne De Man-Baert als nieuwe directeur](#)
- 3/3/2021 **Trends** - [Kunst Aan Zet komt traag uit de startblokken](#)

7. Bijlagen

7.1. Lijst Aanbieders

14 juni 2021

	ORGANISATIE	REGIO	Website	AANBOD
1	Allegrarte	online	https://www.allegrarte.com/nl/	hedendaagse beeldende kunst
2	Annie Gentils	Antwerpen	https://www.anniegentilsgallery.com/	hedendaagse beeldende kunst
3	Artlead.net	online	https://artlead.net/	edities
4	BAMM! - Curating The Young	Leuven	https://www.curatingtheyoung.be/	hedendaagse beeldende kunst
5	Barbé Urbain	Gent	https://www.barbe-urbain.com/	hedendaagse beeldende kunst
6	Baronian Xippas	Brussel - Elsene	http://baronianxippas.com/	hedendaagse beeldende kunst
7	Base-Alpha Gallery	Antwerpen	http://www.basealphagallery.be/	hedendaagse beeldende kunst
8	Bruthausgallery	Waregem	http://www.bruthausgallery.be/index.html	hedendaagse beeldende kunst
9	De Mijlpaal	Heusden-Zolder Knokke	http://www.demijlpaal.com/	hedendaagse beeldende kunst

10	De Zwarte Panter	Antwerpen	http://www.dezwartepanter.com/	hedendaagse beeldende kunst
11	DMW Art Space	Antwerpen	https://www.dmwgallery.be/	hedendaagse beeldende kunst
12	Emergent	Hasselt	https://galeriedessers.be/	hedendaagse beeldende kunst
13	Fifty One	Antwerpen	https://www.gallery51.com/	kunstfotografie
14	Greta Meert Galerie	Brussel	https://galeriegretameert.com/	hedendaagse beeldende kunst
15	Harlan Levey Projects	Brussel - Elsene	http://hl-projects.com/	hedendaagse beeldende kunst
16	Hopstreet	Brussel	http://www.hopstreet.be/	hedendaagse beeldende kunst
17	Kristof De Clercq Gallery	Gent	https://kristofdeclercq.com/	hedendaagse beeldende kunst
18	La Forest Divonne	Brussel	http://www.galerielaforestdivonne.fr/fr/expositions/?place=bruxelles	hedendaagse beeldende kunst
19	Le Neuf Gallery	Brussel	www.leneuf.gallery http://www.rivoli.brussels/	hedendaagse beeldende kunst
20	Lieve Lambrecht Galerie en Beeldentuin	Merendree	http://www.lievelambrecht.be/	hedendaagse beeldende kunst
21	MANIERA	Brussel	http://www.maniera.be/	design
22	Meessen De Clercq	Brussel - Elsene	http://www.meessendeclercq.be/	hedendaagse beeldende kunst
23	MLF - Marie Laure Fleisch	Brussel - Elsene	http://www.galleriamlf.com/	hedendaagse beeldende kunst
24	Plus One Gallery	Antwerpen	https://www.plus-one.be/	hedendaagse beeldende kunst
25	Sofie Van de Velde Gallery	Antwerpen	http://sofievandevelde.be/	hedendaagse beeldende kunst
26	Stieglitz 19	Antwerpen	www.stieglitz19.be	kunstfotografie
27	Tatjana Pieters	Gent	http://www.tatjanapieters.com/	hedendaagse beeldende kunst
28	Transit	Mechelen	http://www.transit.be/index.php	hedendaagse beeldende kunst
29	Valcke Art Gallery	Gent	www.valcke-artgallery.be	hedendaagse beeldende kunst
30	Valerie Traan	Antwerpen	www.valeriestraan.be	design & hedendaagse beeldende kunst

31	Waldburger Wouters	Brussel	https://www.waldburgerwouters.com/index.html	hedendaagse toegepaste kunsten
32	Whitehouse Gallery	Lovenjoel (Leuven)	http://www.thewhitehousegallery.be/nl	hedendaagse toegepaste kunsten
33	De Ziener	Asse	www.deziener.be	hedendaagse beeldende kunst
34	Gallery Ysebaert	Sint-Martens-Latem	https://galleryysebaert.be/	hedendaagse beeldende kunst
35	Zwart Huis	Brussel	www.galeriezwarthuis.be	hedendaagse beeldende kunst
36	Galerie Dessers	Hasselt	https://galeriedessers.be/	hedendaagse beeldende kunst
37	CAS Contemporary Art Space	Zottegem & Oostende	https://cas-zo.be/past-projects	hedendaagse beeldende kunst
38	CAPS contemporary art projects	Oostende	https://www.c-aps.be/	hedendaagse beeldende kunst
39	Husk Gallery	Brussel	https://www.huskgallery.com/	hedendaagse beeldende kunst
40	Fred & Ferry	Antwerpen	https://fredferry.com/fredferry/artists	hedendaagse beeldende kunst
41	10a Galerie	Otegem	www.galerie10a.be	hedendaagse beeldende kunst
42	Kunsthuis Apart	Gullegem-Wevegem	https://kunsthuisapart.be/	hedendaagse beeldende kunst
43	Otty Park	Antwerpen	www.ottypark.be	hedendaagse beeldende kunst
44	Keteleer Gallery	Antwerpen - Otegem	https://keteleer.com/	hedendaagse beeldende kunst
45	Schönfeld Gallery	Brussel - Antwerpen	https://www.schonfeldprojects.com/home	hedendaagse beeldende kunst
46	Geukens & De Vil	Knokke - Antwerpen	https://www.geukensdevil.com/	hedendaagse beeldende kunst
47	Galerie DYS	Brussel	https://www.galeriedys.com/	hedendaagse beeldende kunst

Bevraging Leners 2021 Q1&2

9 juni 2021

1. Inleiding

Van december 2020 tot en met mei 2021 hebben 42 gebruikers van de renteloze kunstlening de bevraging ingevuld. Dit is 82% van de leners.

Dit rapport geeft enkel de ervaring weer van de kredietnemers.

De bevraging vind je [hier](#).

2. Belangrijkste conclusies

- **Nieuw kooppubliek:** 1 op de 3 kopers koopt voor het eerst een kunstwerk
- **Groei kunstverkoop:** 88% van de kopers zou geen kunstwerk hebben gekocht of een lager bedrag hebben besteed zonder renteloze kunstlening
- **Awareness en Conversie** www.kunstaanzet.be
 - sterke stijging door de kunstwerken-pagina: kunst bekijken en informeren over prijzen
 - website belangrijkste kanaal informatie over de renteloze kunstlening
- **Tevredenheid over aanbod** gestegen dankzij de uitbreiding van het galerienetwerk
- **Kredietproces scoort goed** dankzij snelle opvolging door Hefboom en nieuwe infopagina <https://www.kunstaanzet.be/kunstlening>

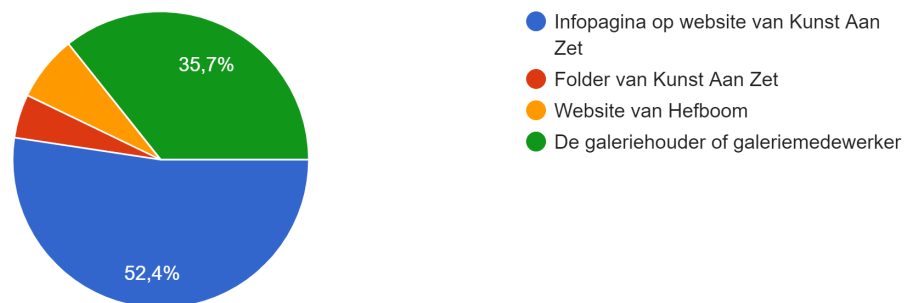
3. Informatie over de renteloze kunstlening

De webpagina [kunstlening](#) van kunstaanzet.be is de belangrijkste informatiebron over de renteloze kunstlening geworden. Vorig jaar waren dit nog de galeries die nu op de tweede plaats komen.

86% van de respondenten vindt de informatie nuttig en voldoende.

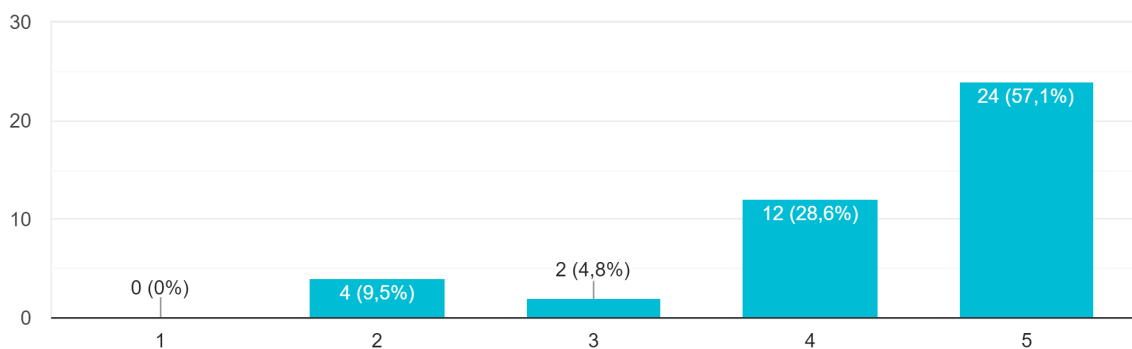
2.1. Wat was voor u de meest relevante bron van informatie over de werking van de Renteloze Kunstlening?

42 antwoorden



2.2. In welke mate was de informatie over de Renteloze Kunstlening nuttig en voldoende?

42 antwoorden



4. Het kredietproces

Een grote meerderheid (74%) ervaart de online-kredietaanvraag als gebruiksvriendelijk (31% score 4 en 43% score 5). Dit is een aanzienlijke stijging tegenover vorig jaar (65%). Dit heeft waarschijnlijk te maken met hoe de kunstliefhebbers geïnformeerd worden. Aan het kredietproces op zich is weinig aangepast.

Een deel van negatieve scores zijn te wijten aan problemen met ItsMe. Hefboom onderzoekt een alternatief hiervoor.

Zo goed als iedereen is tevreden over de snelheid van het proces.

Klantentevredenheid Kredietproces								
	zeer gebruiksvrien delijk		gebruiksvriendel ijk		neutraal		niet- gebruiksvriende lijk	
koopovereenkomst	26	62%	14	33%	2	5%	0	0%
online kredietaanvraag	18	43%	13	31%	5	12%	6	14%
online kredietovereenkomst	14	33%	16	38%	8	19%	4	10%
snelheid kredietbeoordeling	40	95%	1	2%	1	2%	0	0%

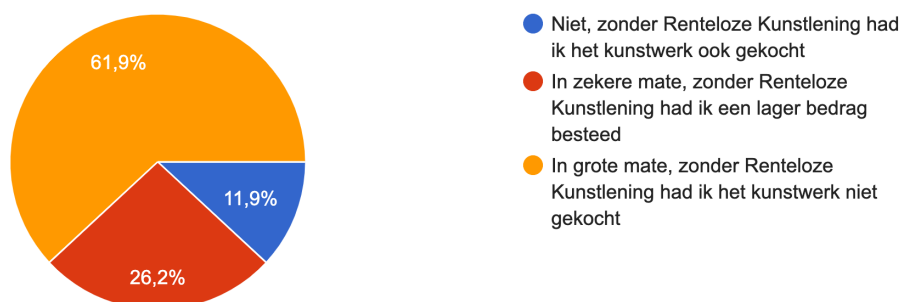
5. Impact renteloze Kunstlening

In 88% van de aankopen was de kunstlening bepalend voor de besteding (volledig of deels). Dit is in lijn met vorige bevraging, maar er is een duidelijke stijging in het aantal kunstaankopen dat volledig te danken is aan de kunstlening.

- 62% zou geen kunstwerk hebben gekocht zonder kunstlening (53% in 2020)
- 26% zou een lager bedrag besteed hebben zonder kunstlening (35% in 2020)
- 12% zou zonder kunstlening het kunstwerk ook hebben gekocht (idem 2020)

4.4. Hoe bepalend was de Renteloze Kunstlening voor de aankoop van uw kunstwerk?

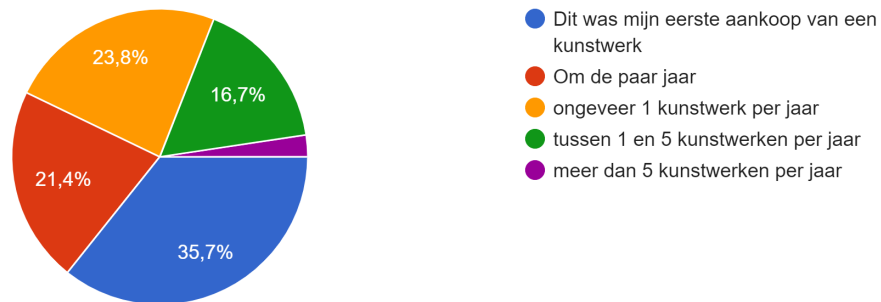
42 antwoorden



In ruim 35% van de gevallen ging het om een eerste kunstaankoop, wat een verdubbeling is tegenover vorig jaar. Bij 21% ging het om een eerste aankoop sinds 2 jaar. De marketing en communicatie van Kunst Aan Zet slaagt er duidelijk in om kunstliefhebbers aan te zetten tot kunst kopen en een nieuw kooppubliek te ontwikkelen.

4.5. Hoe frequent koopt u kunst?

42 antwoorden



6. Tevredenheid kredietvoorwaarden

Een meerderheid van de kredietnemers vindt de leentermijnen volstaan, maar toch zou 38% op een termijn langer dan 24 maand lenen en bijna 10% zou ook een kleiner leenbedrag over 24 maand willen spreiden. De vraag naar langere een langere leentermijn is licht gedaald tegenover vorig jaar wat kan verklaard worden door de aanpassing hieraan (termijn van 18 maand is 24 maand geworden en vanaf €1501 i.p.v. € 2001)

4.3. Wat vindt u van de afbetalingstermijnen van de Renteloze Kunstlening?

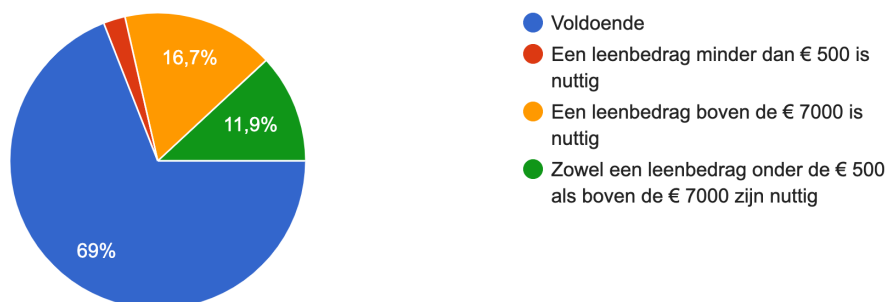
42 antwoorden



69% vindt de vork van € 500 tot € 7000 als leenbedrag volstaan. Dit is een sterke stijging tegenover 2020 toen het resultaat 48% was. Dit is volledig te wijten aan het verdwijnen van de behoefte aan een lening voor bedragen onder € 500.

4.2. Wat vindt u van het leenbedrag tussen € 500 en € 7000?

42 antwoorden



7. Beoordeling aanbod

Het aanbod binnen Kunst Aan Zet wordt overwegend als goed tot zeer goed beoordeeld. De tevredenheid over het aantal galeries is sterk gestegen wat uiteraard te verklaren is door de uitbreiding van het netwerk. De tevredenheid over het aantal kunstenaars is gelijk gebleven. Dit kan erop wijzen dat het kooppubliek zijn gading vindt wat kunstwerken betreft en er vooral winst is te boeken met een groter aantal galeries (locaties).

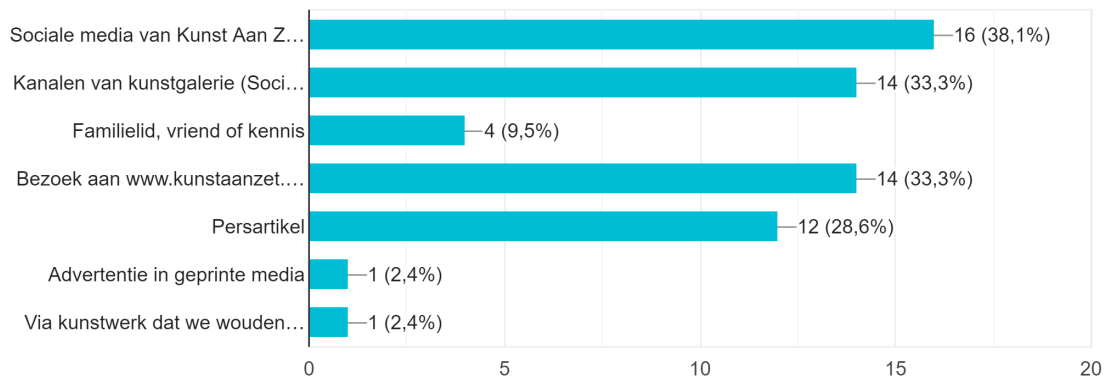
Klantentevredenheid Aanbod								
	zeer goed		goed		voldoende		onvoldoende	
aantal galeries	3	7%	22	52%	13	31%	4	10%
niveau galeries	15	36%	20	48%	4	10%	3	7%
aantal kunstenaars	9	21%	17	40%	11	26%	5	12%
niveau kunstenaars	12	29%	19	45%	7	17%	4	10%
diversiteit kunstwerken	14	33%	18	43%	2	5%	2	5%
diversiteit prijsklasse	14	33%	19	45%	6	14%	3	7%

8. Bereik en positionering Kunst Aan Zet

De sociale media van Kunst Aan Zet is het belangrijkste kanaal geworden voor de bekendheid van Kunst Aan Zet, terwijl dit een jaar geleden nog de galeries waren. Deze nemen nu samen met de kunstaanzet.be de tweede plaats in. De pers heeft ook een grotere impact gehad (28% dit jaar tegenover 17% in 2020).

1.1. Via welk kanaal kent u Kunst Aan Zet?

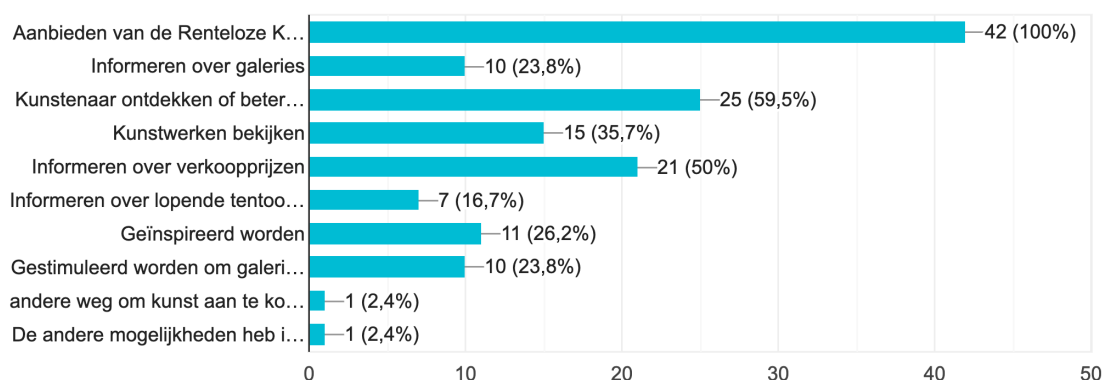
42 antwoorden



De rol die de kunstliefhebbers zien voor Kunst Aan Zet ligt in dezelfde lijn als vorig jaar. Kunstwerken bekijken (van 26% naar 36%) en informeren over prijzen (van 35% naar 50%) zijn het sterkst gestegen. Dit is te verklaren door de verdere ontwikkeling van 'de betaalbare kunstcollectie' op het webplatform.

1.2. Waarvoor is Kunst Aan Zet voor u belangrijk?

42 antwoorden



Er is een verschuiving in de leeftijd van de leners: meer jongere kopen maken gebruik van de renteloze kunstkoopregeling. Vooral de groep 30-39 jaar is significant gestegen, 27% tegenover 17% vorig jaar.

leeftijd	aantal	%
20-29	4	10%
30-39	11	27%
40-49	13	32%
50-59	10	24%
60-69	3	7%
70 <	0	0%

Evaluatie Aanbieders

Alle aanbieders zijn bevraagd in 2020 en 2021. De nieuwe aanbieders krijgen extra vragen over het erkenningsproces.

1. Evolutie aanbieders

- 22 aanbieders start pilootproject september 2019
- vanaf maart 2020 geleidelijk nieuwe aanbieders
- 14 nieuwe aanbieders in 2020, totaal 36
- van januari tot en met mei 2021 11 nieuwe aanbieders, totaal 47

2. Belangrijkste conclusies

- **Stijging engagement van en actieve promotie door de galeries**
- **Kunst Aan Zet levert bezoekers**
- **Stijging van de vraag naar de renteloze kunstlening**
- **Kunst Aan Zet zorgt voor kunstaankopen zonder kunstlening**
- **Nieuwe website en beheer eigen info positief onthaald**

3. Toetreding tot netwerk aanbieders

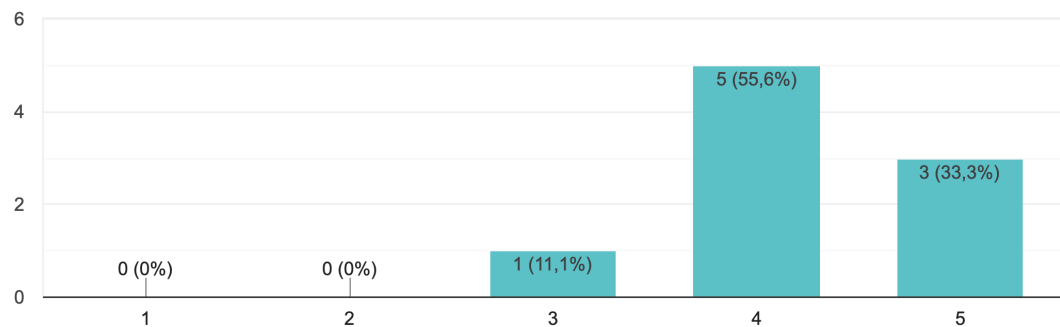
3.1. Kandidatuur en erkenning

Het erkenningsproces wordt positief beoordeeld en is in 2021 licht gestegen tegenover 2020. Het erkenningsproces bestaat uit:

- Bedrijfsinformatie via het [online invuldocument](#)
- Lijst kunstenaars en programma tentoonstellingen via templates
- Fiscaal Attest en RSZ-attest
- Zakelijke screening door Hefboom adhv resultatenrekening of jaarrekening van de laatste 3 boekjaren
- Mystery Visit
- Samenwerkingsovereenkomsten Hefboom & Kunst in Huis

In welke mate vond je het erkenningsproces duidelijk en vlot?

9 antwoorden



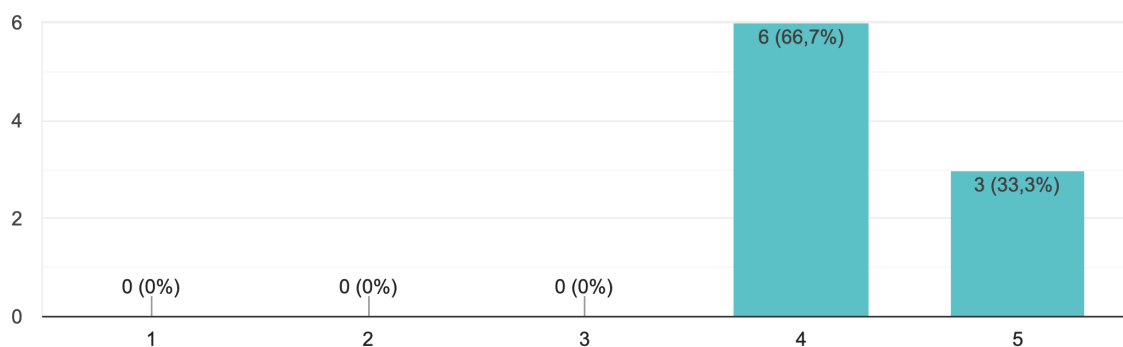
3.2. Opstart samenwerking

De informatie die de aanbieder krijgt bij de opstart van de samenwerking scoort hoog. Dit bestaat uit:

- een opstartmeeting bij de aanbieder met informatie over werkprocessen, marketing & communicatie en een demo van de koopovereenkomst
- via de kunstaaanzet.be heeft de aanbieder toegang tot handleiding, best practices en online promotiemateriaal

In welke mate ontving je voldoende informatie over de werking van Kunst Aan Zet en de Renteloze Kunstlening? (mondelinge briefing, welkomstmail, info op website, handleidingen)

9 antwoorden



Analyse: Er is duidelijk geen nood aan een opleiding zoals opgenomen in de algemene voorwaarden - voorstel tot aanpassing actieplan

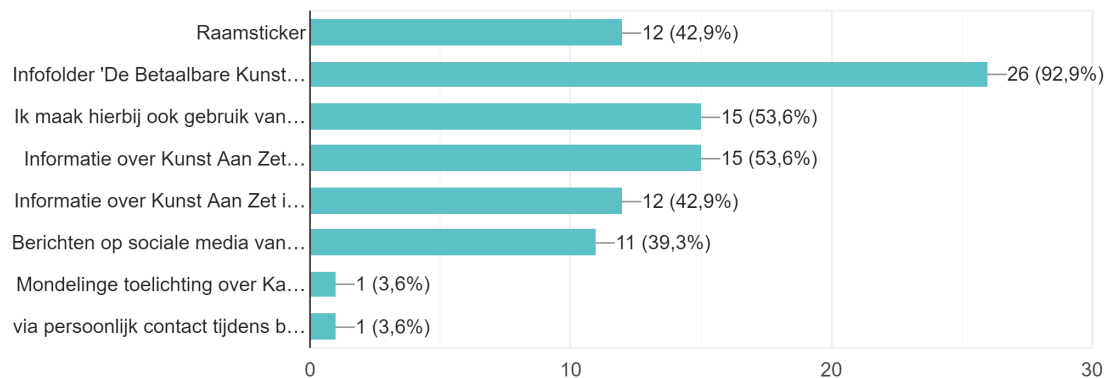
4. Marketing

4.1. Promotiemateriaal

Het ontwikkelde promotiemateriaal wordt goed bevonden door de aanbieders. Iedereen gebruikt de folders en ongeveer de helft de folderhouder, raamstickers en digitale content voor de eigen website en nieuwsbrief van de organisatie. 40% vermeldt Kunst Aan Zet op zijn sociale media kanalen.

Op welke manieren maak je Kunst Aan Zet bekend bij jouw publiek?

28 antwoorden

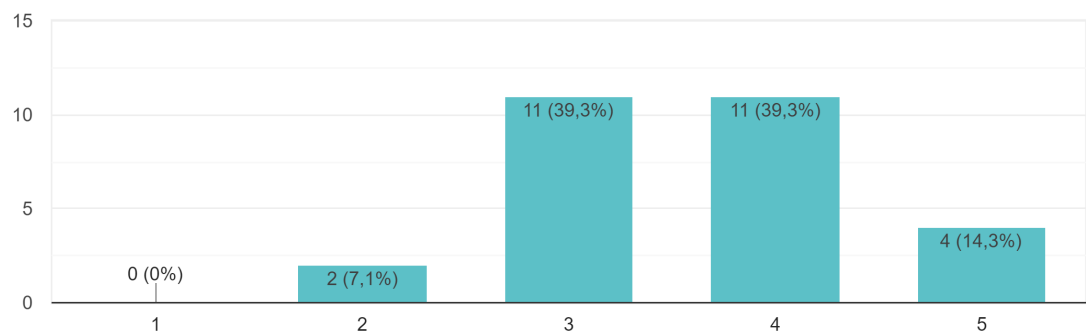


4.2. Marketingcampagnes

De campagnes worden door een meerderheid van de aanbieders (54 %) goed tot zeer goed bevonden. 40% is eerder neutraal.

Hoe beoordeel je de campagnes van Kunst Aan Zet?

28 antwoorden



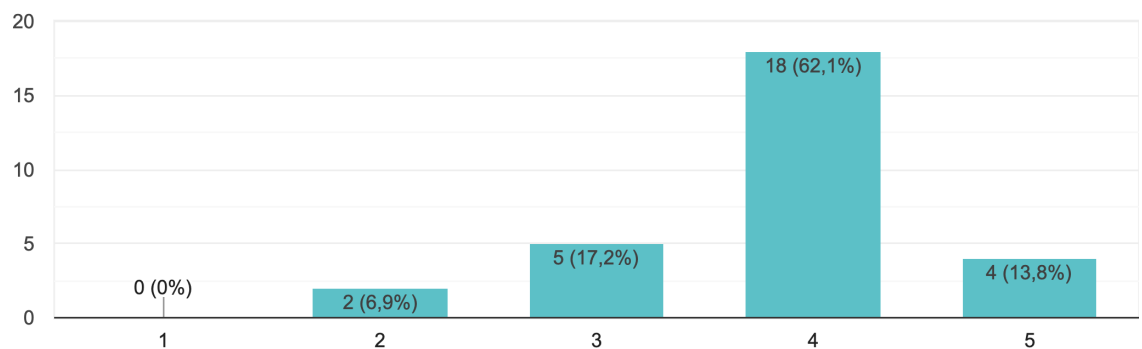
4.3. Website

De nieuwe website www.kunstaanzet.be wordt door 79% van de aanbieders goed tot zeer goed bevonden. Tegenover 70% een jaar geleden met de basiswebsite. Uit de feedback is af te leiden dat er vooral nog vooruitgang te boeken is door enkele technische zaken in de back-office voor de aanbieders te optimaliseren.

Naast de stijging in quoterings door de aanbieders leidt de nieuwe website ook tot een belangrijke tijdswinst voor de webbeheerder van Kunst in Huis.

Hoe beoordeel je de website van Kunst Aan Zet?

29 antwoorden

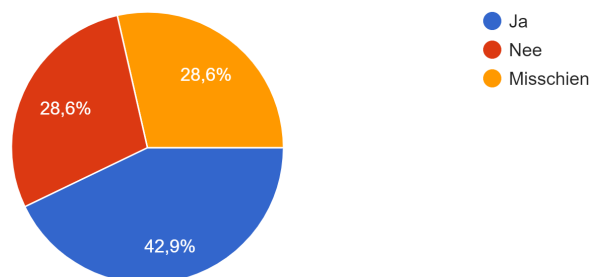


4.4. Impact op galeriebezoeken

Er is een grote vooruitgang in het effect op het aantal galeriebezoekers. 43% van de galeries is ervan overtuigd dat Kunst Aan Zet bezoekers oplevert en 29% zegt misschien. In 2020 was dit 30% zeker en 50% misschien. 29% denkt dat dit geen extra bezoekers oplevert. Dit ligt deels aan nieuwe galeries die nog maar recent toegetreden zijn en het effect nog niet voelen.

Heb je de indruk dat Kunst Aan Zet nieuwe bezoekers oplevert voor je galerie.

28 antwoorden



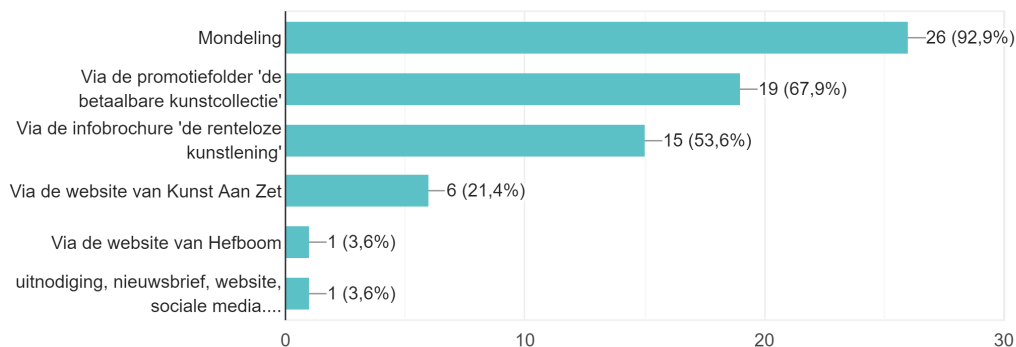
5. De renteloze kunstlening

5.1. Bezoekers informeren

De aanbieders informeren bezoekers mondeling en aan de hand van de folder en website van Kuns Aan Zet. Er is vooral een grote evolutie in het spontaan voorstellen van de renteloze kunstlening in een gesprek, wat nu 68% van de aanbieders doet tegenover 40% vorig jaar.

Hoe informeer je bezoekers over de renteloze kunstlening?

28 antwoorden



Wanneer informeer je bezoekers over de renteloze kunstlening?

28 antwoorden



5.2. Motieven en drempels om te lenen

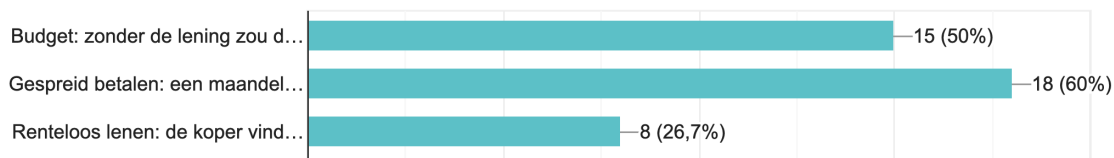
Volgens de aanbieders zijn de belangrijkste redenen voor de koper om gebruik te maken van de kunstlening noodzaak en comfort. De opportuniteit van renteloos lenen kan in mindere mate een rol spelen.

Het aanvoelen van de aanbieders is dat de administratie die komt kijken bij de kredietaanvraag minder een rol speelt wanneer kopers beslissen om de lening niet te gebruiken. 43% van de aanbieders geeft dit nu als reden aan tegenover 70% vorig jaar. Meer aanbieders geven nu als reden dat sommige kopers er niet voor openstaan (46% tegenover 20% vorig jaar). Wellicht heeft

dit te maken met het vaker spontaan voorstellen van de kunstlening. Inzage geven in inkomsten en uitgaven blijft een reden om geen interesse te hebben in de kunstlening. 21% van de aanbieders ervaart dat de bovengrens van € 7000 een drempel kan zijn, wat vorig jaar nog niet voorkwam.

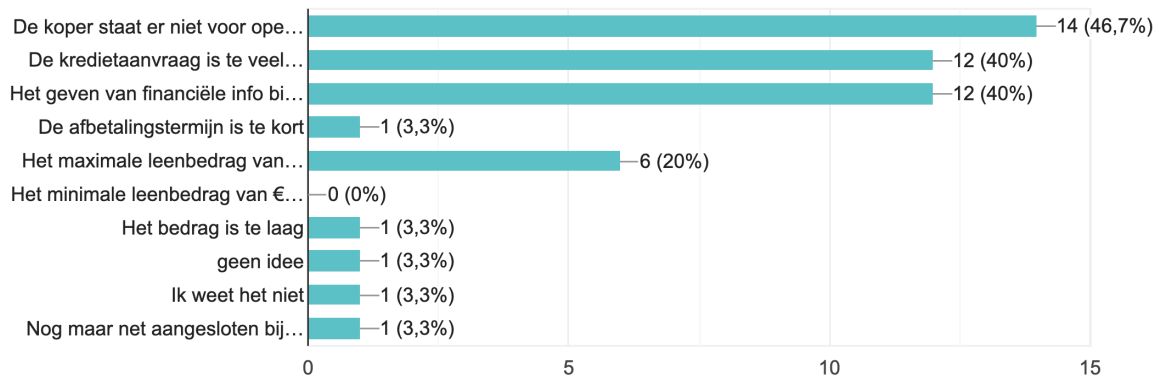
Om welke reden(en) overwegen kopers om gebruik te maken van de renteloze kunstlening?

30 antwoorden



Om welke reden(en) beslist een koper om geen gebruik te maken van de renteloze kunstlening?

30 antwoorden



Een belangrijke evolutie is dat ruim 35% aangeeft geen andere vorm van afbetaling meer toestaat, terwijl dat een jaar geleden 10% was.

Opvallend is ook dat 39% van de aanbieders aangeeft een kunstwerk te hebben verkocht dankzij Kunst Aan Zet maar zonder de kunstlening en 10% misschien (vorig jaar was dit telkens 10%).

Eén van de aanbieders heeft het afgelopen jaar 2 kunstwerken verkocht met de renteloze kunstlening maar daarnaast dankzij Kunst Aan Zet 9 kunstwerken zonder lening voor een totaalbedrag van € 39.450.

Kwantitatief onderzoek iVox

April 2021

Doel en aanpak

In kaart brengen awareness en inschatting potentieel Kunst Aan Zet.

Kwantitatief onderzoek 1 bij brede bevolking in Vlaanderen

- +18-jarigen, sociale klasse 1-4 (hoogste helft)
- Online survey bij het iVOX research panel, representatief naar geslacht, leeftijd, diploma
- Veldwerk: 15-19 april 2021
- 1.000 respondenten
- Maximale foutenmarge bij een steekproef van 1000 (95% betrouwbaarheid): 3,02%

Kwantitatief onderzoek 2 bij kunstliefhebbers (leden en ex-leden Kunst in Huis)

- 406 respondenten (197 leden, 195 ex-leden, 14 niet-toegetroeden)
- 22% mannen - 87% vrouwen
- 6% 18-34 jaar, 21% 35-49 jaar, 73% 50+

Belangrijkste (eerste) conclusies

- Er is een **brede interesse** in hedendaagse kunst
- Mensen staan overwegend **positief tegenover het concept** van Kunst Aan Zet en de renteloze kunstlening
 - 44% brede doelgroep - 87% kunstliefhebbers
- **Naamsbekendheid is nog relatief beperkt**
 - 5% brede doelgroep - 28% kunstliefhebbers
- **Hedendaagse kunst kopen is in**
 - 29% brede doelgroep - 73% kunstliefhebbers heeft interesse
- **Zeer grote behoefte aan 'begeleiding' bij kunst kopen**
 - 72% brede doelgroep weet niet hoe aan kunst kopen te beginnen
- **Budget gemiddeld maximaal € 2500** per kunstaankoop
- **Potentieel renteloze kunstlening het grootst bij jonge kopers**
 - 24% -35-jarigen brede bevolking - 45% kunstliefhebbers

Hoofdconclusie: Er is nog een enorm groeipotentieel!

Relatie met hedendaagse kunst

Er is een brede interesse in hedendaagse kunst zowel om er meer over te weten als om er in te participeren.

Resultaten bij brede bevolking:

- **43% zou wel eens naar tentoonstelling willen gaan van hedendaagse Vlaamse/Brusselse kunstenaars**
- **34% wil meer weten over hedendaagse kunst**
- **25% noemt zich liefhebber hedendaagse kunst**
- 37% praat wel eens met anderen over kunst algemeen
- 48% leest wel eens iets over hedendaagse kunst
- **52% vindt dat jonge Vlaamse en Brusselse kunstenaars moeten ondersteund worden door de Vlaamse overheid**

Resultaten bij kunstliefhebbers:

- **90% is geïnteresseerd in hedendaagse kunst**

Kenmerken doelgroep hedendaagse kunst

- jonger en werkend (inkomen van weinig belang)
- interesse in cultuur, mode, interieur, actualiteit
- cultuurparticipatie
- fan van tweedehandsspullen
- wonen iets kleiner
- meer extravert en avontuurlijk ingesteld
- geven meer advies aan vrienden dan andersom (trekkers)

Awareness Kunst Aan Zet en de renteloze kunstlening

Resultaten bij brede bevolking:

- 4,5% kent Kunst Aan Zet
 - 5,8% bij vrouwen
 - 7,8% bij 50+
 - 9,5% bij interesse in hedendaagse kunst
- 44% vindt het een goede zaak dat het bestaat
- 15% is geïnteresseerd in de renteloze kunstlening
 - 19% bij mannen
 - 23% bij jongeren
 - 24% bij interesse in hedendaagse kunst

Resultaten bij kunstliefhebbers:

- 28% kent Kunst Aan Zet
- 87% vindt het een goede zaak dat het bestaat
- 31% is geïnteresseerd in de renteloze kunstlening
 - 45% bij jongeren 18 tot 34 jaar
 - 41% -50 jaar
 - 27% +50 jaar

Interesse in kunst kopen

De interesse in kunst kopen is relatief groot maar veel potentiële kopers hebben nood aan begeleiding.

Resultaten bij brede bevolking:

- 29% heeft een interesse in kunst kopen
 - 61% van de respondenten met een in hedendaagse kunst zou ook kunst kopen
- 72% weet niet hoe eraan te beginnen
 - 89% bij jongeren
 - 59% bij interesse in hedendaagse kunst

Resultaten bij kunstliefhebbers:

- 73% heeft interesse om hedendaagse kunst te kopen
- 82% heeft al eens een kunstwerk gekocht
 - 20% 1 keer
 - 53% meer dan 1 keer
 - 9% regelmatig

Het potentieel daalt boven de € 2.500.

Resultaten bij brede bevolking:

- 80% zou tot € 2.500 besteden
- 20% zou sneller of een hoger budget besteden met de renteloze kunstlening

Resultaten bij kunstliefhebbers:

- 76% zou tot € 2.500 besteden
- 18% zou tussen € 2.500 en € 5.000 besteden
- 4% zou meer dan € 5.000 besteden

Redenen om de renteloze kunstlening te gebruiken:

- 64% spreiding van de kost
- 58% renteloos aspect
- 32% steunen van jonge Vlaamse kunstenaars
- 30% laagdrempelig aspect

Behoefte aan georganiseerde activiteiten

Resultaten bij brede bevolking:

- 65% vindt het een goede zaak dat Kunst Aan Zet activiteiten organiseert
 - 69% bij vrouwen
 - 83% bij interesse in hedendaagse kunst
- 30% is geïnteresseerd om deel te nemen
 - 32% bij jongeren
 - 49% bij interesse in hedendaagse kunst
- 37% wil betalen per activiteit en gemiddeld € 19 betalen
- 12% is voorstander van een lidmaatschap en wil gemiddeld € 87/jaar betalen

Visietekst Kunst Aan Zet Lange Termijn

1. Missie

Kunst Aan Zet wil de economische positie van kunstenaars in Vlaanderen en Brussel blijvend versterken door de gids te zijn die een breed publiek aanzet tot kunst en design verkennen en kopen. Met de aanbieders van hedendaagse kunst en design wil Kunst Aan Zet de positie van de sector versterken door kennisdeling, onderzoek, samenwerkingen en innovatie.

2. Strategische pijlers

2.1. De renteloze kunstlening

De renteloze kunstlening is de katalysator van een kunstaankoop. Het verlaagt de financiële drempel bij de overweging om kunst te kopen en de uiteindelijke beslissing. Het helpt kunstliefhebbers om de stap naar de aankoop van een kunstwerk te zetten en stimuleert om een hoger bedrag te besteden. Een goede samenwerking met de financiële partner blijft essentieel.

2.2. Kunst kopen toegankelijk maken

Om tot een kunstaankoop te komen, moeten kunstliefhebbers in de eerste plaats vertrouwd raken met de kunstmarkt en hier hun eigen weg in vinden. Een groot deel van de kunstliefhebbers ervaart drempels, vaak vooroordelen, die met marketing en communicatie kunnen worden verlaagd of weggewerkt.

Awareness creëren

Onbekend maakt onbemind. Kunstliefhebbers kennen nog onvoldoende het enorme aanbod aan betaalbare hedendaagse kunst en Kunst Aan Zet. De marketing en communicatie van Kunst Aan Zet is een brug tussen de kunstmarkt en het kunstpubliek met campagnes die focussen op:

- de veelheid en diversiteit van het aanbod
- de haalbaarheid van kunst kopen
- de verschillende redenen om kunst te kopen

Conversie naar de kunstmarkt verkennen en kunst kopen

Een tweede aspect is het publiek activeren naar het digitaal en fysiek verkennen van de kunstmarkt en het ontwikkelen van een koopintentie. De campagnes zijn gericht op:

- **Inspireren en stimuleren** naar online en fysieke kunstbeleving
- **Gidsen** het kunstenlandschap en het proces van kunst kopen
- Kunstliefhebbers hun **eigen weg naar kunst kopen** laten volgen
- stimuleren om te **verzamelen**

De essentiële elementen van de marketing en communicatie:

- Het **webplatform kunstaanzet.be**
 - de betaalbare kunstcollectie
 - start to buy art
 - kunstenaars en aanbieders
 - tentoonstellingskalender en evenementen
 - inspiratiepagina
- Een **sociale media** strategie en campagnes
- De **nieuwsbrief**
- **Campagnes**, 2 grote golven per jaar in combinatie met kleinere campagnes rond thema's en evenementen
- **Partnerships** met kunstorganisaties en media
- Aanbod van **laagdrempelige activiteiten en evenementen**

Activatie

Kunst Aan Zet en Kunst in Huis willen samen activiteiten en evenementen die toegankelijk zijn voor een breed publiek ontwikkelen en aanbieden:

- Gallery Hopping Tours
- Atelierbezoeken
- Beursbezoeken
- Workshops
-

Dit gebeurt in samenwerking met kunstenaars, aanbieders en (kunst)organisaties. De co-creatie van Kunst in Huis en Kunst Aan Zet zorgt voor een doorstroom van kunst lenen naar kunst kopen.

2.3. Netwerk van aanbieders van hedendaagse kunst en design uitdiepen

De aanbieders zijn belangrijke stakeholders en het netwerk wordt verder uitgebouwd. Een prioriteit is het optimaliseren van de samenstelling en samenwerking:

- uitbreiden van het netwerk met aandacht voor buitengebieden en regio's met een beperkt aantal aanbieders van hedendaagse kunst
- bewaken van de representatie van disciplines en (jonge) kunstenaars
- onderzoeken en oplossingen zoeken voor specifieke organisatievormen zoals musea, kunstenaarscollectieven en atelierwerkingen

Kunst Aan Zet wil een representatie van betaalbare hedendaagse kunst van Vlaamse en Brusselse kunstenaars zijn.

2.4. Professionele kunstenaars ondersteunen binnen de kunstmarkt in Vlaanderen en Brussel

Om de economische positie van professionele kunstenaars te versterken wil Kunst in Huis een partner zijn voor kunstenaars en organisaties: door kennis te centraliseren, te delen en waar nodig te ontwikkelen om op zakelijk vlak te ondersteunen in de ontwikkeling van hun kunstenaarspraktijk. Kunst Aan Zet is hierin een belangrijke schakel met de aanbieders en hun kunstenaars.

Stepping stone model voor kunstenaars

Kunstenaars die bij Kunst in Huis een traject doorlopen kunnen ondersteund, doorverwezen of begeleid worden in verschillende aspecten van hun praktijk:

- praktische zaken zoals leveranciers, atelierlocaties, tentoonstellingsmogelijkheden
- contracten, verzekering, juridisch advies
- opmaak van portfolio, kandidatuur voor residentie, wedstrijden
- ...

Een doorstroom van kunstenaars naar een galerie of ander type organisatie moet mogelijk gemaakt worden in samenspraak met de aanbieders van Kunst Aan Zet.

Kunst in Huis als aanbieder

Kunst Aan Zet wil een oplossing uitwerken voor professionele kunstenaars die momenteel worden uitgesloten omdat ze geen toegang hebben tot het netwerk aanbieders. Zeker de helft van de professionele kunstenaars is niet aangesloten bij een galerie en dit kan om verschillende redenen zijn:

- nog te vroeg voor het galeriecircuit
- kunst of discipline die moeilijker is te vermarkten
- een te hoog risico of investering voor de organisatie
- keuze van de kunstenaar

Dit is net een doelgroep met een preciaire positie. Deze kunstenaars kunnen na een artistieke selectie wel worden opgenomen in de collectie van Kunst in Huis. Het is een logische stap om de verkoop van hun werk ook te stimuleren via de renteloze kunstlening. Een strategie hiervoor moet worden uitgewerkt samen met de bestaande aanbieders.

2.5. Expertise delen en innovaties ontwikkelen

Kennisplatform

Kunst in Huis wil een kennisplatform zijn voor de kunstmarkt door:

- expertise te centraliseren en toegankelijk maken
- eigen onderzoek over kunst kopen
 - periodiek kwantitatief onderzoek: evolutie, vergelijkingen met buitenland en andere sectoren
 - gericht kwalitatief onderzoek: inzicht, optimalisatie, noden

Labogroep

Met een aantal aanbieders en kunstenaars wil Kunst in Huis een structurele werkgroep uitbouwen om projecten uit te werken voor Kunst Aan Zet en het netwerk van aanbieders. De groep kan ideeën verzamelen, strategieën en projecten mee uitwerken, testen en helpen implementeren:

- laagdrempelig maken van de kunstmarkt
- bereiken van een publiek
- stimuleren van een kunstaankoop
- samenwerkingen onderling en met andere organisaties
- galerieweekend in Vlaanderen en Brussel
- doorstroom van kunstenaars naar het galeriecircuit
- ondersteuning van kunstenaars
-

Deze manier van werken zorgt voor ontwikkelingen vanuit de sector zelf en maakt het draagvlak voor nieuwe initiatieven groter.