

**Strategisch meerjarenplan Cultuur2017-2020
Duitsland**

Versie 1 februari 2017

KERNGROEP

- Mondriaan Fonds
- Letterenfonds
- Het Nieuwe Instituut
- Stimuleringsfonds Creatieve Industrie
- Fonds Podiumkunsten
- Filmfonds/EYE
- Nederlandse Ambassade Berlijn
- DutchCulture

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. Focus.....	3
3. Postennetwerk en andere actoren.....	4
4. Operationele doelstellingen.....	4
5. Resultaten.....	5
6. Doelgroepen.....	6
7. Instrumenten.....	6
8. Prestatie indicatoren.....	7

WAT WORDT DE FOCUS?

Actief zal worden ingezet op literatuur, beeldende kunst en creatieve industrie. Daarnaast is er aandacht voor podiumkunsten en film.

1. INLEIDING

Duitsland is voor alle overheids-cultuurfondsen prioriteit, hetgeen niet zal verbazen. Over de gehele breedte gebeurt er in Duitsland veel op het gebied van kunst en cultuur, met ieder jaar rond de 126.000 theateruitvoeringen en 9.000 concerten en duizenden tentoonstellingen. De keuze is met 820 theaters, muziektheaters en operahuizen, 6.300 musea en 290 zogenaamde Kunstvereine groot.

Veel Nederlandse kunstenaars hebben inmiddels hun weg naar Duitsland gevonden. Voor getalenteerde kunstenaars is de Nederlandse markt snel te klein. Duitsland is dan een logische stap voor verdere ontplooiing en ontwikkeling.

Van Duitse overheidswege wordt er jaarlijks 9,7 miljard euro in cultuur geïnvesteerd, waarbij het zwaartepunt bij gemeenten en de Bondslanden ligt (respectievelijk 44 % en 42%) en met 1,2 miljard euro slechts ten dele bij de Federale overheid (14%). Ter vergelijking: in Nederland wordt bijna een half miljard vanuit de centrale overheid in cultuur geïnvesteerd. Tegenover een klein percentage subsidie vanuit Nederland staat bij de meeste Nederlandse culturele activiteiten in Duitsland een hoog percentage aan subsidie van Duitse kant.

2. FOCUS

Literatuur wordt in Duitsland gedragen door een binnenmarkt (met de inwoners van Oostenrijk en Zwitserland meegerekend) van meer dan 100 miljoen lezers. Het literaire veld is goed georganiseerd: een groot aantal publieks- en gespecialiseerde uitgeverijen, structureel gesubsidieerde literatuurinstellingen (literatuurhuizen, musea, archieven), literaire festivals, boekhandels en bibliotheken, literaire prijzen, beurzen en stipendia (voor auteurs) en een fijnmazig stelsel van literaire tijdschriften en dag- en weekbladen die in hun cultuurbijlagen en zogenoemde feuilletons veel plaats inruimen voor literatuur. De uitgeverijcultuur is sterk internationaal geïntereerd en er verschijnt ieder jaar een enorm aantal vertalingen. Voor kleinere literaturen – en daartoe moet de Nederlandstalige gerekend worden – hebben Duitse vertalingen (nog altijd) een bijzondere betekenis, omdat ze, net als Engelse vertalingen, een springplank naar andere taalgebieden bieden. Duitsland is daarbij een land waarin nog altijd veel gelezen wordt en er kan van een bijzondere belangstelling voor de literatuur uit het buurland Nederland gesproken worden.

Wat de **beeldende kunst** betreft is er een goede match tussen Nederlandse kunstenaars en Duitse kunstinstellingen mogelijk. Aan de ene kant het kwalitatief hoogwaardige kunstvakonderwijs in Nederland, de internationaal gerenomeerde postacademische instellingen, de door de subsidiëring van kunstproductie gegroeide kwaliteit van vrije kunst – waarvoor niet direct een markt is – die juist daardoor ideaal past bij de mogelijkheden op het institutionele kunstveld in Duitsland, met name de vele Kunstvereine en musea.

Sinds het einde van de jaren tachtig ontwikkelt de **creatieve industrie** zich in Duitsland, gemeten in omzet en werkgelegenheid, als een van de meest dynamische sectoren van de economie. In 2014 bedroeg de bijdrage van de sector aan het BNP € 64 miljard (2,6%) en is daarmee in omvang vergelijkbaar met sectoren als de automobielsector en machinebouw. De snelste groei binnen de sector wordt gerealiseerd binnen de gaming-industrie en design. Duitsland kent iets meer dan 40.000 architecten met een gezamenlijke omzet van € 9,4 miljard (in 2014). Daarvan wordt maar een zeer klein deel middels export in het buitenland verdiend (0,7 procent). In de mode en design branche zijn ruim 56.000 mensen actief in Duitsland met een gezamenlijke omzet van € 18,8 miljard. Ook hier is het aandeel dat aan export wordt verdiend niet heel groot, met 3,4 procent. Uit eerder onderzoek dat is uitgevoerd door Dutch Design, Fashion and Architecture (DutchDFA) uit 2010¹ blijkt dat de Duitse markt voor Nederlandse ontwerpers in de sectoren design, mode en architectuur tamelijk weerbarstig is. De export vanuit deze disciplines naar Duitsland is relatief beperkt, hetgeen komt doordat Duitsland ruim voldoende designcapaciteit in eigen land heeft. In een zeer competitieve markt moet een Nederlandse designer in Duitsland van goeden huize komen om een plek in de markt te veroveren. Daarbij staat de manier waarop ontwerpers interdisciplinair kunnen samenwerken, de goede prijs-kwaliteitverhouding en de kwaliteit van het designmanagement alsook het innovatieve karakter als sterke kenmerken van Nederlands ontwerp bekend. Specifieke kansen zijn te vinden op het gebied van duurzaamheid en in de sectoren stedenbouw en social design, deze kansen zouden dan ook verder verkend moeten worden.

¹ Kansen op de Duitse markt, mythen en mogelijkheden voor Nederlands design, mode en architectuur in Duitsland, Hogeschool Inholland Rotterdam in opdracht van DDFA september 2011.

3. POSTENNETWERK EN ANDERE ACTOREN

Het postennetwerk Duitsland, met de ambassade in Berlijn en twee consulaten-generaal in München en Düsseldorf, heeft in totaal 6 FTE en € 300.000 per jaar ter beschikking voor het uitdragen van het Internationaal Cultuurbeleid. Dat betekent dat keuzes gemaakt moeten worden om de capaciteit zo effectief en efficiënt mogelijk in te zetten. Daarbij kijkt het postennetwerk naar disciplines waar kansen liggen en er toegevoegde waarde is door interventie.

De ambassade en de consulaten zullen zich in de komende vier jaar, gelet op de beperkte capaciteiten, dus bovenal toeleggen op de beeldende kunst, literatuur en de creatieve industrie. Deze drie disciplines bieden de meeste kansen om aan de groei van de kwaliteit van cultuur in Nederland, de internationale zichtbaarheid van Nederlandse cultuur en hierdoor aan de waardering van Nederlandse cultuur zowel in binnen-als buitenland bij te dragen. Voor de andere disciplines, zoals de podiumkunsten en film, zal het postennet vooral reactief werken. In de optiek van de ambassade is dat ook mogelijk gelet op het sterke netwerk waarover het Fonds Podiumkunsten, het Filmfonds en EYE reeds beschikken in Duitsland.

4. OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

De stakeholders (postennetwerk Duitsland, fondsen en ondersteunende instellingen) zetten zich in om de Nederlandse kunst en cultuur zichtbaar te maken in Duitsland, met het oog op het verwerven van nieuw publiek en het opbouwen van duurzame contacten met Duitse partners.

Actief

Literatuur

- Follow-up geven aan de inspanningen in het kader van het gastlandschap van de Frankfurter Buchmesse 2016, opdat de intensiveringen leiden tot een blijvende zichtbaarheid van de Nederlandstalige literatuur in Duitsland – bij de Duitse uitgevers, pers en publiek de komende vier jaar. Daar waar mogelijk samen met het Vlaamse Fonds voor de Letteren.

Beeldende Kunst

- Continueren van de duidelijke zichtbaarheid van kunst uit Nederland in Duitsland bij grote evenementen, als de Documenta Kassel, Skulpturen Münster en Berlin Biënnale en in de relevante Kunstvereine, musea en kunstbeurzen.
- Daarnaast zal door de posten strategischer worden geïnvesteerd in de contacten met de Kunstvereine in Duitsland, omdat hier met relatief beperkte middelen kansen worden gecreëerd voor museale presentie.
- Kennis van hedendaagse kunst uit Nederland bij Duitse curatoren en journalisten verder vergroten.
- Kansen en mogelijkheden voor kunstenaars uit Nederland in Duitsland in kaart brengen.
- Het Mondriaan Fonds en de ambassade kijken naar mogelijke instrumenten waarmee de ontwikkeling van de presentie van Nederlandse kunst in Duitsland makkelijker te meten valt.

Creatieve Industrie

- Komen tot een gemeenschappelijke strategie (ambassade, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en het Nieuwe Instituut) waarmee de Nederlandse creatieve industrie in Duitsland beter voor het voetlicht gebracht kan worden.
- Kansen en mogelijkheden in kaart brengen (nadere uitwerking van de studie van Dutch DFA).
- Aantal gerichte presentaties van Nederlandse creatieve industrie op toonaangevende evenementen in Duitsland.
- Uitwisseling realiseren tussen Nederlandse en Duitse ontwerpers.

Reactief

Podiumkunsten

- Voortzetten van de bestaande strategie met de Ruhrtriennale, waarbij de Nederlandse podiumkunsten in de schijnwerpers worden gezet middels presentatie van voorstellingen & concerten en een contextprogramma. Ook bezien hoe deze kan worden voortgezet met andere vooraanstaande podia/festivals in Duitsland.
- Middels de pilot 'Dutch Pop' bezien of meer Nederlandse popmuziek acts gepresenteerd kunnen worden op de Duitse markt.
- Focus op de deelstaat Noordrijn-Westfalen door middel van meerjarig uitwisselingsprogramma onder de titel Transfer International. Daarbij gelden twee zwaartepunten: (culturele) diversiteit/interculturaliteit en digitale kunst. Het gaat daarbij om het stimuleren van de uitwisseling van kennis, kunde, programma's en ook gezamenlijke financiering van samenwerkingsprojecten (bijvoorbeeld via een matching fund). Mogelijke uitbreiding met Vlaanderen als partner wordt onderzocht.

Film

- o Het verder zichtbaar maken van de Nederlandse filmindustrie bij sleutelfiguren en organisaties zoals festivals en coproductie-markten en B2B ontmoetingen tussen producenten en makers, alsook het consolideren van bestaande relaties. (Vanaf 2011 en vooral sinds de ondertekening van de coproductie overeenkomst in 2015 hebben met grote regelmaat ontmoetingen plaats gevonden met het oog op stimuleren van coproductie en distributie.)
- o Het Filmfonds is sinds enkele jaren partner van de Berlinale Co-Production Market en met de verschillende Duitse fondsen in diverse "Länder" worden goede contacten onderhouden.

5. RESULTATEN

De resultaten, doelgroepen, instrumenten en prestatie-indicatoren zijn uitgewerkt voor literatuur, beeldende kunst en creatieve industrie.

Literatuur

- o Het aantal literaire boekvertalingen naar het Duits gaat structureel boven de 100 per jaar (in de jaren voorgaand aan 2016 waren het er consequent 80 a 90, het Buchmessejaar 2016 kende een piek van 250 vertalingen).
- o Blijvende zichtbaarheid van Nederlandse auteurs bij grote Duitse literaire festivals en podia.
- o Groeiend aantal uitnodigingen nieuwe generatie auteurs voor optredens en residenties na Buchmesse-Schwerpunkt
- o Positieve aandacht voor Nederlandse literatuur in kwaliteitskranten in Duitsland en in vakliteratuur.
- o Intensieve outreach naar boekhandels.

Beeldende Kunst

- o De omvang van de tentoonstellingen van hedendaagse kunst uit Nederland in Duitsland blijft minimaal gelijk.
- o Mapping fondsen is up to date.
- o Duidelijke presentie van kunstenaars uit Nederland op de Duitse kunstmanifestaties met internationale uitstraling.
- o Kunstenaars uit Nederland worden waar mogelijk ondersteund (initieënd en subsidiërend) om deel te nemen aan groepstentoonstellingen en solo-shows in Duitse musea. De weg naar de musea gaat in Duitsland via het grote netwerk van Kunstvereine, waarom de Kunstvereine in de komende jaren bijzondere aandacht verdienen. Ongeveer 10 Duitse curatoren selecteren die extra-aandacht krijgen om hun kennis van het veld in NL te vergroten en een duurzame samenwerking met kunstenaars uit NL te stimuleren.
- o De posten gaan de komende jaren het netwerk van kunstrecensenten optimaliseren om meer media-aandacht voor kunst uit Nederland te kunnen genereren. Doel is om zowel via de feulletons van de relevante kranten als ook de vakbladen een relevant publiek te bereiken.
- o Duitse curatoren voor de open dagen van de Rijksacademie uitnodigen en de reis begeleiden.
- o Duitse fotocuratoren en verzamelaars in kaart brengen, contacteren en begeleiden naar het fotofestival UNSEEN.
- o Duitse curators voor belangwekkende tentoonstellingen van hedendaagse kunst in Nederland uitnodigen.
- o Blijvend Duitse curatoren uitnodigen in bezoekersprogramma's, in nauw overleg met het Mondriaan Fonds
- o Daarnaast zal door de posten strategischer worden geïnvesteerd in de contacten met de Kunstvereine in Duitsland, omdat hier met relatief beperkte middelen kansen worden gecreëerd voor museale presentie.
- o Kennis vergroten van hedendaagse kunst uit Nederland bij Duitse curatoren.
- o Instrumenten waardoor de ontwikkeling van de presentie van Nederlandse kunst in Duitsland makkelijker te meten valt.

Creatieve Industrie

- o Kansen en mogelijkheden in kaart brengen (nadere uitwerking van de studie van Dutch DFA).
- o Een gemeenschappelijke strategie, met Het Nieuwe Instituut en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, aan de hand van de ervaringen uit de DutchDFA-studie en twee jaar Duitsland als focusland voor het topteam Creatieve Industrie.
- o Meer Duitse curatoren, festivaldirecteuren voor bezoekersprogramma's naar Nederland.
- o Aantal gerichte presentaties van Nederlandse creatieve industrie op toonaangevende evenementen in Duitsland.
- o Uitwisseling realiseren tussen Nederlandse en Duitse ontwerpers.

6. DOELGROEPEN

Literatuur

Uitgevers, redacteuren, vertalers, programmeurs (festivaldirecteuren en directeuren literatuurhuizen), recensenten, boekhandelaren en het jonge in literatuur geïnteresseerde Duitse publiek.

Beeldende kunst

Relevante curatoren en museumdirecteuren. Journalisten, die over kunst schrijven voor kranten en vakbladen

Creatieve industrie

Festivaldirecteuren, materialennetwerk, makers, (uit München, Noordrijn-Westfalen, Berlijn). Top 10 van instellingen in Duitsland op designgebied. Maar ook evenementen en podia. Voor e-culture/ digitale cultuur moet daarbij bijvoorbeeld worden gedacht aan Transmediale (art and digital culture, Berlijn), ZKM (Zentrum für Kunst und Medien, Karlsruhe), A MAZE (videogames Berlijn) en CTM (Festival for Adventurous Music and Art, Berlijn). De Ambassade stelt een lijst op.

7. INSTRUMENTEN

Netwerk

Een van de belangrijkste instrumenten van het postennetwerk is het netwerk bij culturele instellingen (musea, kunstverenigingen, podia, stichtingen etc.), maar ook bij politici, bedrijfsleven etc. Het postennetwerk Duitsland kan partijen bijeenbrengen en deuren openen die voor anderen gesloten blijven.

Bezoekersprogramma's

Dit instrument kan verder worden geoptimaliseerd door er meer financiële middelen voor vrij te maken en mankracht bij de post dan nu bij de fondsen en instellingen voor handen is. Ambassade Berlijn beziet hoe zij in die begeleidende ondersteuning kan voorzien, voor zover relevant in nauw overleg met de fondsen.

Duitse curatoren worden uitgenodigd voor en begeleid naar relevante kunstmomenten in Nederland zoals Unseen, Open dagen Rijksakademie, Jan van Eyck Academie, de Ateliers, Art Amsterdam, Prix de Rome, Art Rotterdam (met de tentoonstelling Prospects & Concepts waar jong talent wordt getoond) etc.

Ook op het gebied van literatuur blijken de bezoekersreizen voor uitgevers, vertalers, directeuren van festivals en literaire podia als ook de persreizen in aanloop naar het gastlandoptreden in Frankfurt van cruciaal belang. Om de nieuw gelegde contacten bij alle genoemde doelgroepen/influentials te versterken en te gebruiken, is het noodzakelijk hieraan een follow-up te geven. Dat kan met bezoekersprogramma's en evenementen die in samenwerking met het Letterenfonds worden georganiseerd.

Met de persreizen voor literaire redacteuren en bloggers is een goed begin gemaakt met het intensiveren van perscontacten op cultureel gebied. Het is nu zaak om dit netwerk uit te breiden naar bijvoorbeeld cultuurjournalisten met een specialisatie in andere disciplines, zoals beeldende kunst/design en theater/film. Investeren door de post in het netwerk van cultuurjournalisten.

Gefocuste inzet door middel van netwerkborrels voor de versterking van de kansen en de zichtbaarheid en marktpositie van de Nederlandse kunstenaars in Duitsland.

Gebundelde presentaties

De Frankfurter Buchmesse 2016 is een goed voorbeeld waar verschillende disciplines samenkomen.

Tegelijkertijd zijn in Duitsland de disciplines nog altijd zo gescheiden dat lang niet ieder evenement zich voor een cross sectorale aanpak leent. De cultuurfondsen geven aan dat zij de gebundelde presentaties interessant vinden als een event zich er voor leent.

Subsidiemogelijkheden fondsen en posten

Het postennetwerk Duitsland heeft een budget van jaarlijks € 300.000 ter beschikking voor relevante projecten die in belangrijke mate bijdragen aan de positie en profilering van Nederlandse professionele kunstuitingen in Duitsland. Hoewel de subsidie voor alle culturele disciplines kan worden aangevraagd, wordt voorrang gegeven aan projecten m.b.t. beeldende kunst, literatuur en de creatieve industrie (architectuur, vormgeving en mode). Als harde voorwaarde geldt dat de aanvraag door de Duitse uitvoerende organisatie wordt ingediend en dat de aanvrager zelf een substantiële financiële bijdrage aan het project levert. Uitsluitend publiciteitskosten, reis- en verblijfskosten (logies en ontbijt) van Nederlandse deelnemers en transportkosten komen in aanmerking voor subsidie. De voorkeur van de ambassade gaat uit naar een bijdrage aan de publiciteitskosten, om de zichtbaarheid van de activiteiten duidelijk te vergroten.

Het Mondriaan Fonds en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie hebben aangegeven dat bijdragen alleen kunnen worden toegekend op aanvraag (door een buitenlandse instelling of een betrokken kunstenaar). Alle aanvragen worden voorgelegd aan een adviescommissie die onafhankelijk over de aanvragen oordeelt. Deze commissie adviseert het bestuur van het Mondriaan Fonds respectievelijk het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie over het al dan niet toekennen van een bijdrage. De besturen kunnen geen subsidie toekennen zonder positief advies van de adviescommissie.

Communicatiemiddelen

Er wordt gedifferentieerd naar doelgroep: in Duitsland actief communiceren over de activiteiten en in Nederland laten zien wat de resultaten zijn. Dit wordt in de eerste helft van 2017 nader uitgewerkt.

Ambassaderuimten 'om niet'

De ambassade Berlijn beschikt over een aantal representatieve ruimten (Prins Claus Zaal met capaciteit van ca. 170 personen), voormalige woning op het ambassadekantoor (capaciteit ca. 80 personen) en dakterras. Deze ruimten kunnen in specifieke gevallen 'om niet' ter beschikking worden.

8. PRESTATIE INDICATOREN

Literatuur

- Het aantal verkochte vertaalde titels moet na 2016 een stabiele stijging te zien geven.
- Het aantal uitnodigingen door relevante podia voor optredens van Nederlandse auteurs in Duitsland moet na 2016 stabiel blijven.
- Zichtbaarheid in relevante media.
- Het aantal jonge auteurs, dat teruggevraagd wordt door literatuurhuizen, festivals etc.
- Het aantal vertalers (in 1993 waren dat er 6, nu meer dan 60).

Beeldende Kunst

- Het aantal van de tentoonstellingen van kunstenaars uit Nederland in Duitsland.
- Het aantal bezoeken van Duitse curatoren aan Nederlandse culturele hoogtenpunten.
- De berichtgeving in kranten en andere media over kunst uit Nederland.
- Het actieve contact met Duitse kunstinstituten.

Creatieve Industrie

- Het aantal uitnodigingen voor Nederlandse designers in Duitsland.
- Het aantal Nederlandse inzendingen voor Duitse design-awards moet toenemen.
- Het aantal Duitse studenten aan design instituten in Nederland.
- Zichtbaarheid in relevante media.