

Ledenbijeenkomst 14 maart 2014

Op 14 maart organiseerde de BBK in Arti de bijeenkomst 'Leven van de Kunst'. Met drie sprekers en de aanwezige leden van de BBK bogen we ons over de vraag: hoe leef je als beeldend kunstenaars anno 2014 van de kunst?

Creëer kunst - Frits Nolte, kunst coach

Als kunstenaar is je werk het belangrijkste, maar als kunstenaar ben je voor een deel ook je werk. Het is daarom belangrijk aan jezelf te blijven denken, en jezelf vragen te blijven stellen: wat zijn je doelen en verwachtingen, hoever kom je daarin? Als je vastzit kan het helpen hier met iemand anders over te praten. Dat kan met een collega of goede vriend zijn, of een professionele coach. Een gesprek met een coach is niet vrijblijvend, je wordt gedwongen na te denken over vragen waar je anders aan voorbijgaat waardoor je kunt leren oude patronen te doorbreken en los te laten om zo tot nieuwe dingen te komen.

Creëer een podium - Mathanja Klop, Kunstpit

Je hebt werk - nu nog een podium. De belangrijkste punten waar je voor moet zorgen zijn:

- zorg dat je onderscheidend bent
- treed naar buiten
- maak goede kunst

Om een podium voor je werk te vinden is het niet genoeg om goede kunst te maken, je moet hier ook tijd en energie in willen stoppen. Bouw aan een netwerk en zorg dat mensen je kennen. Vaak onderschatten kunstenaars hoeveel tijd hier in gaat zitten als je het goed aan wilt pakken. Je moet al snel 20 uur per week besteden aan het bezoeken van openingen, en andere activiteiten om een netwerk op te bouwen. Eigenlijk zou je 1 a 2 maanden moeten stoppen met kunst maken om je volledig op netwerken en verkoop te richten.

Tot slot: maak keuzes, zoek een podium dat bij je werk past. Steek niet al je energie in het benaderen van plekken die niet aansluiten bij wat jij maakt, de kans dat zij je werk in de collectie opnemen is erg klein.

Creëer een markt - Hans van Swelm, Overmijnkunst

Een kunstenaar is per definitie een goede verkoper - je maakt het werk vanuit je passie en kunt daar over vertellen. Vertrouw daar ook op en durf naar buiten te treden om kopers te vinden en aan te spreken. De grootste belemmeringen zijn daarmee arrogantie of bescheidenheid van de kunstenaar, 'dat ga ik toch niet doen'.

- Ga niet te veel aan je prijzen sleutelen,
- Neem jezelf en je werk serieus, dan doen je potentiële kopers dit ook,
- Focus niet te veel op de prijs: mensen zijn in eerste instantie geïnteresseerd in het werk zelf, niet de prijs,
- Als kunstenaar en verkoper van je werk moet je zelf het initiatief durven nemen. Vraag gewoon of iemand geïnteresseerd is het werk te kopen en wacht niet af.

Praktische intermezzo – inschrijven op een kunstopdracht

Bij een kunstopdracht formuleert de opdrachtgever een doel en een aantal criteria; op basis daarvan vindt de selectie plaats.

Let er bij het reageren op een opdracht op dat:

- je een selectie maakt van het werk dat je mee stuurt: stuur niet te veel op en zorg dat het werk aansluit bij de opdracht;
- je het werk simpel en overzichtelijk aanlevert;
- de tekst kort en krachtig is, en aansluit op de gestelde doelen en criteria.

De kunstenaar aan het woord

Na de sprekers zijn we in groepen verder gaat praten: iedereen bracht twee vragen in, op basis waarvan vier groepen met een eigen thema zijn gevormd. Bij elk thema zat een gesprekleider die steeds bij het onderwerp bleef terwijl de deelnemers de verschillende onderwerpen langs gingen.

Onderstaande thema's en vragen kwamen aan bod, achter de ➤ zie je de antwoorden en ideeën die uit de discussie naar voren kwamen.

Groep 1: Exposeren

Betalen voor exposeren: wel of niet doen?

- Van de gestelde vragen ontstond hier de meeste discussie over. Er is geen duidelijk antwoord op de vraag gekomen. De reacties varieerden van absoluut niet doen, tot het zien als noodzakelijke investering in je bedrijf. Wel kwam naar voren dat je het per geval moet bekijken, en voor jezelf criteria moet bepalen waaronder je het wel of niet doen. Als het een plek is waar veel publiek op afkomt en er veel werken verkocht worden, dan kan het interessant zijn. Maar alleen het exposeren is niet voldoende. Dus goed bekijken wat er precies geboden wordt, en de voor en nadelen tegen elkaar afwegen.

Hoever ga je met het maken van kosten tbv bekendheid?

- Je hebt in elk geval nodig: internet, folder, kaartjes
- Door nood gedwongen ook op de markt, laagdrempelig
- Je moet jezelf zien als bedrijf of merk dat je moet promoten

Hoe vindt je evenwicht tussen tijd aan verkoop besteden, en werk maken.

- Geen evenwicht, maar of/of. Sociale tijd maakt moe, niet zo geschikt voor bent maar toch maar moet doen.
- Altijd op kansen gespitst.
- Hartstikke leuk dat promoten, contact

Moet je bij een museum of galerie niet altijd geïntroduceerd worden?

- Het kan helpen, maar via via heeft bij een goede galerie geen zin. Het belangrijkste is dat je werk aansluit bij het museum om de galerie.

Hoe benader je instanties met de subsidies of potjes om in aanmerking te komen voor opdrachten?

Groep 2: Prijsbepaling / markt

Een groot deel van de vragen gingen over prijsbepaling, en het wel of juist niet verlagen van de prijs om werk te verkopen:

- Hoe selecteer je de informatie die je krijgt, bijvoorbeeld aanbiedingen voor een art-guide?
- Prijsverlaging in tijden van crisis / prijsverlaging werkt
- Prijsbepaling: of afmeting of uren
- Musea hebben al een prijs bedacht, proberen het daarvoor te krijgen
- Is er wel een echte markt voor kunst? > vraag aanbod context is anders dan bij gebruiksartikelen, niet te vergelijken
- Van binnen uit creëren kost veel concentratie stilte en teruggetrokken leven, moeilijk te combineren met 'de boer op gaan' > anderen kunnen dat beter

Hier een overzicht van de reacties en tips die uit de discussie naar voren kwamen:

- Duur is een beperkt begrip
- Zorg dat je trots bent op je werk, en op de prijs
- Mensen die naar je atelier komen zijn daar voor het werk, niet voor de prijzen
- Ander werk aanbieden
- Liggt aan de relatie
- Soms water bij de wijn doen
- Een marge is goed: dan heb je ruimte iets te zakken
- Vragen: wat had u zelf in gedachten
- Onderhandelen: het verschil delen
- Prijzen op je website zetten schept duidelijkheid
- Betalen in termijnen

Groep 3: Verkoop

Ik kan mijn werk gewoon niet verkopen, niet genoeg 'sociale energie'

- Collega's vragen het werk voor je te verkopen
- Zorg dat je jezelf goed voelt, ga sporten
- Je wordt veel energiever

Soms is het lastig aan te voelen wanneer je door moet pakken bij een verkoop

- Vraag je bezoekers wat ze van je werk vinden
- Toon interesse in de ander
- Continueer het contact na de ontmoeting
- Vraag gewoon: waarom koop je het niet?

Hoe expliciet kan je zijn om mensen tot een koop te verleiden? > Mensen die al jaren komen kijken, maar nooit hebben gezegd dat ze iets willen kopen

- Vragen
- Mensen komen met een doel naar je werk kijken, maar je moet zelf inkopen en ze over de streep trekken

Portret schilderes is goed in rechtstreekse tekening, ziet leuk kinderkoppie, hoe versier ik het zo om een opdracht te krijgen.

- Werk ophangen in: ziekenhuizen, kapper, verloskundigen, huisartspraktijk

Extra tips voor verkoop van werk in deze tijd van bezuinigingen

- Zorg dat je een statement hebt
- Samenwerken met andere kunstenaars
- Maak gebruik van leegstand die er is, zoals lege winkelpanden > benader makelaars
- Lever copij aan bij de plaatselijke pers
- Maak herrie, en wees niet bescheiden.

Groep 4:

In groep vier kwamen de vragen bij elkaar die niet onder een thema te vatten waren:

- Met name in deze crisistijd is het moeilijk - hoe bedenken je nieuwe mogelijkheden?
- Maak géén gebruik van sociale media, wat doen? Heeft het echt mogelijkheden?
- Vertrouwen of overgave?
- Is het goed of slecht voor je 'beeldmerk' te veranderen van 'onderwerp' mbt je kunstwerken
- Hoe bescherm je de eigenheid (basis) als je jezelf als merk gaat zien?
- Hoe ga je om met verlies / breuk van werk tijdens expo?

Niet al deze vragen zijn in de discussie die ontstond beantwoord. De onderwerpen die uiteindelijk besproken werden draaiden vaak om de promotie van het eigen werk, het vinden van alternatieven en nieuwe ideeën voor het aan de man brengen van je werk of het genereren van inkomsten naast de verkoop van het werk.

Hier een overzicht van de antwoorden die uit de discussie naar voren kwamen:

- Zorg voor persoonlijk contact,
- Zorg voor foldermateriaal,
- Zorg voor contacten met ondernemersverenigingen,
- Zoek aansluiting bij organisaties
- Bied cursussen aan,
- Jezelf in de etalage zetten, tred naar buiten: zorg dat je actief bent, dingen doen,
- Leg folders neer bij de huisarts: bijvoorbeeld voor creatieve workshops maar deze wel linken aan je website met je autonome werk zodat geïnteresseerden daar ook bij terecht komen,

Conclusie

Uit de discussie blijkt dat veel kunstenaars worstelen met het spanningsveld tussen het kunstenaarschap en ondernemerschap. Waar het kunstenaarschap naar binnengericht is - het verbeelden van emoties en visies die diep uit je zelf komen - draait het ondernemerschap juist op naar buiten treden - netwerk op bouwen, openingen af gaan, op mensen afstappen en je werk in de schijnwerpers durven te zetten. Niet alleen kost dit veel energie, er komt ook veel onzekerheid naar boven. Het is niet voldoende om goed werk te maken, je moet ook het lef hebben op mensen af te stappen en te vragen wat ze van je werk vinden, of ze niet in koop geïnteresseerd zijn. Dat kost energie en tijd die niet in het maken van het werk zelf gestopt kan worden.

Als ondernemende kunstenaar maak je continu afwegingen. Wel of niet betalen om je werk ergens op te kunnen hangen, wel of niet zakken met de prijs om je werk te kunnen verkopen. De grens vinden tussen investeren in je onderneming en gratis werken. Voldoende tijd en energie reserveren voor het maken van de kunst maar ook in je netwerk blijven investeren en naar buiten durven treden. Goed voor jezelf blijven zorgen, en jezelf kritische vragen blijven stellen. Je werk serieus nemen en daar de prijs voor durven vragen.

Stel doelen, en denk na over de stappen die nodig zijn om daar te komen. Brengen je activiteiten je daar inderdaad dichterbij, of is het tijd een andere weg in te slaan en andere dingen te proberen. Zijn de energie en het geld die je ergens in stopt wel verantwoord als je naar de resultaten kijkt. En blijf vooral dicht bij je zelf: ga niet achter expositieruimtes of opdrachten aan die niet goed aansluiten bij het type werk dat je maakt. Je passie is je kracht. Houdt dat vast en durf er trots op te zijn. Als kunstenaar ben je in theorie een goede verkoper: als geen ander kan je uitleggen wat jouw werk bijzonder maakt. In de praktijk blijkt dit makkelijker gezegd dan gedaan. Vaak door onzekerheid, maar ook door het onderschatten van de tijd en energie die nodig zijn voor het onder de aandacht brengen van je werk.

We begonnen de bijeenkomst met de vraag: 'Hoe leef je als beeldend kunstenaar anno 2014 van de kunst?' Dat antwoord blijkt moeilijk te geven, maar hopelijk biedt de discussie handvaten en aanknopingspunten om op verder te bouwen.

Rest ons de vraag: wat kan de BBK doen om haar leden daarin te ondersteunen?