



Jaarverslag 2013

Showroom MAMA
Stichting Public Art Squad
Postadres: Postbus 23070
3001 KB Rotterdam
Website: www.showroommama.nl
Contactpersoon: Ariadne Urlus
Email: ariadne@showroommama.nl
Telefoon: 010 2332022 / 06 48797737
IBAN NL70ABNA0419203230
BIC/SWIFT ABNANL2A
Tenaamstelling Stichting Public Art Squad, Rotterdam
BTW NL 8063.70.051.B.01
KvK 24272758

INHOUD

1. Inleiding
2. Beleidsthema's:
 - Levendige binnenstad
 - BKV: Brought to you by MAMA

 - Talentontwikkeling en praktijkverdieping:
Made by MAMA
 - Ondernemerschap
3. Publieksbereik en Communicatie (marketing)
4. Organisatie (bedrijfsvoering)
- 5 Toelichting op de prestaties 2013, (+ model)
- 6 Toelichting op het resultaat (+ modellen balans en resultaat)

BIJLAGE:
Activiteitenverslag 2013

1. INLEIDING

Dit is deel één van het jaarverslag 2013 van showroom MAMA, een presentatie-instelling onder Stichting Public Art Squad, opgesteld conform het format en de modellen van de Gemeente Rotterdam. Dit deel betreft de 'hardware': de invulling op de beleidsthema's van de gemeente Rotterdam, visie en inspanningen op het gebied van marketing, een uitwerking van de bedrijfsmatige en organisatorische koers, en een toelichting op de prestaties en het financiële resultaat. Deel twee is als bijlage bij dit jaarverslag toegevoegd, het Activiteitenverslag 2013. Hierin beschrijven we alle projecten en events, de artistieke lijn en programmatische keuzen, MAMA's missie, positionering en toekomstvisie, in aansluiting bij de opdracht die MAMA zich voor de periode 2013-2016, en specifiek het jaar 2013, heeft gesteld.

MAMA neemt een unieke positie in te midden van de Nederlandse presentatie-instellingen, door consequent talentontwikkeling en het artistiek-inhoudelijke programma te verweven. 2013 was daarbij een sleuteljaar; het eerste jaar van de beleidsperiode 2013-2016 waarin MAMA deze verwevenheid in haar missie benoemd en aanscherpt en zich door deze missie ook inhoudelijk oriënteert in haar keuzen. Daarbij zijn de artistieke kwaliteit van het programma en het onderzoek naar de positie van de beeldende kunst ten opzichte van de hedendaagse beeldcultuur belangrijke ijkpunten.

De focus op talentontwikkeling en praktijkverdieping is inspirerend en ook een voorbeeld voor collega-instellingen in Nederland en daarbuiten. MAMA's aanbod en expertise op dit gebied is onderscheidend en complementair aan dat van andere Nederlandse (kunst)instellingen, en maakt ons tot een gewilde partner in samenwerkingen. MAMA's presentatiefunctie en de kwaliteit van het programma zijn een voorwaarde voor de manier waarop dit talent zichtbaarheid krijgt. Dit vormt ook een belangrijk kenmerk van onze organisatie:

MAMA is een platte organisatie, met een kleine kern aan vaste staf, en daaromheen een grote groep jonge mensen die voor kortere of langere tijd aan MAMA verbonden zijn in het kader van een Rookies leerwerktraject of het praktijkverdiepend programma. MAMA is de enige presentatie-instelling in Nederland waar jongeren, voor en achter de schermen, zo'n belangrijke, vaak doorslaggevende positie mogen en kunnen innemen.

De inhoudelijke lijnen die geschetst zijn in het beleidsplan 2013-2016, FW MAMA, All Together Now, Internet Aware en Eyes Wide Open, zijn krachtig en actueel. In het thema Eyes Wide Open onderzoeken we hoe het werk van kunstenaars deel uit maakt van en een alternatieve kijk biedt op de maatschappelijke realiteit en actualiteit. Met het thema Internet Aware laten we zien wat de invloed van het internet is op de beeldcultuur. Binnen All Together Now nodigen we kunstenaars uit die het publiek of een deelpubliek een centrale rol geven in de totstandkoming van hun werk en tentoonstellingen.

We kijken terug op een programmatisch en artistiek sterk jaar. Om een aantal bijzondere projecten met name te noemen: *Ossie's Bingo Boutique*, *Survey* en *The Fear of Missing Out*. Het soloproject *Ossie's Bingo Boutique* was de laatste halte voor de spraakmakende internationale doorbraak van Oscar Murillo, *Survey* was het eerste Nederlandse performanceproject van *Performa 13*-winnaar Ryan McNamara en *The Fear of Missing Out* van Jonas Lund was het meest revolutionaire en spraakmakende 'Big Data' kunstproject tot op vandaag de dag.

Voor deze en andere producties was er een groot publieksbereik, mede door de vele samenwerkingen en projecten op locatie.. MAMA heeft de door haar beloofde prestaties en kwaliteit 2013 behaald. Wij zijn trots op de inhoudelijk ingeslagen weg, en de duidelijke oriëntatie die MAMA heeft gekozen in haar beleid 2013-2014. De oriëntatie op praktijkverdieping en talentontwikkeling heeft een enorme impuls gekregen, een richting waarin we ook de toekomst van MAMA zien. De nadruk in het programma van 2013 lag op de inhoudelijke/artistieke kwaliteit van de projecten, de effectiviteit van de talentontwikkelingstrajecten, de verwevenheid van opleiden met presenteren en het mogelijk maken van nieuwe producties.

Nieuwsgierig? Lees ook het Activiteitenverslag 2013.

Ariadne Urlus

Directeur

2. BELEIDSTHEMA'S

Levendige binnenstad
BKV: Brought to you by MAMA
Talentontwikkeling en praktijkverdieping: Made by MAMA
Ondernemerschap

Levendige binnenstad

MAMA wil een belangrijke rol spelen in het culturaanbod en de levendigheid van het Rotterdamse cultuurklimaat. De showroom met haar open en laagdrempelige uitstraling, het programma dat we vanuit de showroom de straat en stad op sturen, maar ook de vele events die MAMA organiseert of waarin zij participeert dragen bij aan het verlevendigen van de (binnen)stad. Ook in 2013 nam MAMA, naast haar programmering in de showroom, actief deel aan (straat)producties van en bij collega-instellingen en festivals zoals Museumnacht, De Derde Dinsdag en De Wereld van het Witte de Withkwartier.

Sinds 2013 is MAMA partner in Kunstblock, een stichting die in het leven geroepen is door een samenwerking tussen Witte de With, TENT, MAMA, V2 en Worm gericht op het verlevendigen van het culturele klimaat rond de Witte de Withstraat en het samen mogelijk maken van producties die wij niet in ons eentje voor elkaar krijgen. De Derde Dinsdag en De Wereld van het Witte de Withkwartier zijn hier voorbeelden van. Daarbij organiseert Kunstblock iedere eerste vrijdag van de maand een avondopenstelling. Door programma's slim aan elkaar te koppelen, nieuwe formats te bedenken en activiteiten op elkaar af te stemmen willen de partners van Kunstblock meer publiek aantrekken en een grotere impact en reikwijdte bereiken op het kunst- en stedelijke klimaat. Daarnaast is educatie een belangrijk onderdeel van het programma. Hierin heeft MAMA een leidende rol.

MAMA (co)produceerde projecten in de openbare ruimte, zoals in 2013 de OONAlympics, de vele spin offs op locatie van de meiden van Onskruid, en het winnende ontwerp van de Reclaiming the Street wedstrijd: Twist & Shout van Martand Khosla, aan de voet van de Erasmusbrug. Een deel van onze inspanningen op het gebied van talentontwikkeling en praktijkverdieping is niet toegankelijk voor het publiek en speelt zich af achter de schermen. Het zichtbaar maken van dit deel is een belangrijk speerpunt in onze communicatie, maar stuurt ook—naast het vergroten van het publieksbereik—onze keuze om veelvuldig samen te werken en met prestaties buiten de showroom te treden zoals met de ONSKRUID meiden in De Kunsthal tijdens de JP Gaultier

show. Dit sluit ook aan bij onze wens actief bij te dragen aan een "levendige stad".

BKV: Brought To You By MAMA

Een speciaal aandachtspunt binnen het programma 2013 en 2014 is Brought to you by MAMA. Dit staat voor het mogelijk maken van nieuwe, vaak wat complexere producties van jonge Rotterdamse makers, die zonder extra financiële en facilitaire steun niet mogelijk zijn, en waarvoor MAMA haar BKV geld inzet. Het levert een belangrijke bijdrage aan de artistieke kwaliteit, de beroepspraktijk en de positie/zichtbaarheid van de jonge makers op. De presentatie- en productiefunctie van MAMA draagt hier in grote mate aan bij.

Dankzij de BKV gelden die we van de gemeente Rotterdam krijgen konden we in 2013 vijf nieuwe presentaties en werken van Rotterdams jong talent mogelijk maken: Claire van Lubeek (nieuwe werken, installatie MAMA), Remty Elenga (filmproductie The Standees/installatie MAMA), Joey Verberkt (nieuwe werken, installatie MAMA) OONA (OONAlympics project, installatie MAMA, huisstijl MAMA) en een pitch voor jonge Rotterdamse grafisch vormgevers (naast OONA ook Team Thursday, Studio Mals en Marieke de Rooij). De Onskruid docu-serie van Marèl Jap-Sam had hier aan toegevoegd kunnen worden, maar omdat de productie startte in 2012 is deze niet als Brought to you by MAMA gelabeld.

Brought to you by MAMA biedt mogelijkheden voor de maker te onderzoeken en experimenteren. De nieuwe producties worden onderdeel van een project of worden via ons netwerk verspreid. Het is vaak een kickstart voor een volgende stap in een carrière. Brought to you by MAMA is nauw gerelateerd aan onze talentontwikkelingstrajecten, met name praktijkverdieping, Made by MAMA. Jonge kunstenaars worden op basis van intense betrokkenheid geruime tijd gecoacht naar een volgende stap in hun werk en beroepspraktijk.

Talentontwikkeling

Uit onze missie: "Talentontwikkeling en programmering zijn nauw met elkaar verweven". MAMA is de afgelopen jaren voor velen een opstap geweest voor een carrière in de kunst- en cultuurwereld. Ook veel van de door ons getoonde kunstenaars vinden hun weg verder in het kunstcircuit en slaan internationaal hun vleugels uit. Ook achter de schermen durft MAMA zich afhankelijk te maken van jongeren. MAMA geeft jongeren binnen de organisatie ruimte te participeren en mede-eigenaar te worden.

Talentontwikkeling en het werken met jongeren is onlosmakelijk verbonden met onze bedrijfsvoering.

MAMA heeft drie concrete talentontwikkelingstrajecten onder leiding van projectleider Margriet Brouwer, Rookies Junior (sinds 2012), Rookies (sinds 2008) en Rookies MA (sinds 2005 Mr. Miyagi, sinds 2009 Rookies MA). Alle drie zijn gebaseerd op leren en werken in de praktijk en van en met elkaar. Kennisuitwisseling vindt plaats onderling — peer-to-peer — en met kunstenaars en professionals uit andere kennisdomeinen en generaties. Het uiteindelijke doel voor de deelnemers is ambities in de professionele kunstwereld waarmaken, zowel voor als achter de schermen, en groeien in talent en kwaliteit.

MAMA heeft door de jaren heen een eigen systematiek ontwikkeld en aangescherpt voor haar Rookies trajecten. Bij de selectie van de Rookies wordt de leervraag en het leerdoel vastgelegd. In aansluiting hierop wordt gekeken hoe MAMA hieraan kan bijdragen, en andersom, hoe de Rookie kan bijdragen aan MAMA's missie en organisatie. Tijdens het leerproces zijn er regelmatig gesprekken tussen de projectleider en de Rookie, waarbij wordt teruggekoppeld naar de leervraag. Eventueel worden werkzaamheden of voorwaarden aangepast. Nieuwe Rookies worden gekoppeld aan een meer ervaren Rookie en beginnen met het leren kennen van de organisatie, bijvoorbeeld door het hosten in de showroom, een opdracht of het opbouwen van tentoonstellingen. Deze taken sluiten aan bij bijv. 'Ik wil leren hoe een culturele organisatie als MAMA werkt achter de schermen', 'Ik wil leren hoe je publiek over kunst vertelt' 'Ik wil leren hoe een tentoonstelling tot stand komt'. Om dieper op deze leervragen in te gaan worden Rookies gekoppeld aan een specifiek project, van henzelf of uit het programma. Hierbij wordt de Rookie begeleid door de staf en (externe) mentoren. Voorbeeld : het educatieproject 100% Hedendaags is mede ontwikkeld door het Rookies educatieteam. Ook de Familiedag van het Festival van De Wereld van het Witte de Withkwartier was een Rookies project, i.s.m. OONA en Kunstblock.

Samenwerkingen verruimen onze blik en ons kennisarsenaal maar bieden ook een rijkere leeromgeving en een groter netwerk voor de Rookies. MAMA werkte in het kader van haar Rookies projecten samen met de Willem de Kooning Academie, het Productiehuis Rotterdam, het HipHop-Huis en de Kunstblock-partners. Met TENT en Witte de With is 100% Hedendaags ontwikkeld. Hierbij wordt ook de back office gedeeld.

Meerwaarde

In 2013 namen 57 Rookies deel aan onze talentontwikkelingstrajecten, waaronder negen Rookies Junior en zes Rookies MA. Door het Juniortraject is er instroom vanuit de jongste leeftijdscategorie 14-18 jaar. Deelname aan Rookies MA is vaak de laatste fase van het meerjarige Rookie-schap (gemiddeld 2,5 jaar) waarna een (vervolg)studie of baan/opdracht volgt, want onze Rookies doen het goed en zijn gewild in de culturele sector. MAMA is trots op de rol die alumni Rookies innemen in het Rotterdamse (en daarbuiten) culturele veld. Het zijn smaakmakers, die van grote meerwaarde zijn voor de stad. Roodkapje, RAAF, de Witte Slagerij, Upominki, SandWitz, allen projecten met een hoog ex-Rookie gehalte. Ook werken ex-Rookies bij TENT, Boijmans, Witte de With, geven les op scholen, timmeren aan de weg als maker, hebben zitting in adviescommissies, in jongerenraden en in besturen en maken of schrijven voor (eigen) culturele blogs. De Rookies trajecten hebben (ook) een duidelijke meerwaarde voor de individuele deelnemers. Dit blijkt uit onderzoek door Veldwerk naar de Rookies in 2011, en in het recente vervolgonderzoek eveneens door Veldwerk (publicatiedatum april 2014). Dit onderzoek vormt ook de basis voor een publicatie die MAMA in 2014 uitbrengt over talentontwikkeling en informeel leren.

Quotes uit dit onderzoek:

Rory van Wingerden: '*Als mensen je vertrouwen geven ga je sterker in je schoenen staan. Wat dat betreft heb ik veel geleerd bij MAMA.*' Veldwerk 2014

Marel Jap-Sam: '*MAMA is net dat stapje verder in de echte wereld. Een project doen buiten de academie met showroom MAMA is enorm waardevol omdat je toch nog enigszins in een veilige haven zit. Er wordt rekening gehouden met je leerproces maar tegelijkertijd zit je wel in de echte wereld en is er gewoon een deadline en een echt publiek weet je! Niet alleen je klasgenoten en docenten dus. Dat is heel erg waardevol.*' Veldwerk 2014

Bram Verhoef: '*Ik moet daar de laatste tijd wel aan denken, bij het intakegesprek bij MAMA zei ik 'ik weet niet of educatie wat voor mij is, laat mij maar lekker een beetje achter de schermen kijken' en dat ik nu uiteindelijk projectleider 100% ben en wel het idee heb dat ik echt de persoon ben voor educatie in Rotterdam. Het aanstormend talent.*' Veldwerk 2014

Praktijkverdieping

Naast de trajecten gericht op jonge professionals, achter de schermen, begeleidt MAMA talent voor de schermen: de makers. De oriëntatie op praktijkverdieping heeft in 2013 een enorme impuls gekregen.

Talentontwikkeling van jonge kunstenaars vraagt om aandacht en tijd. Er zijn veel contacturen gemaakt in 2013. Soms worden de resultaten van een samenwerking pas later zichtbaar. Een goed voorbeeld van praktijkverdieping en het effect daarvan was het project van Rosa Sijben. Na een intensieve werkperiode in Rotterdam, onder begeleiding van MAMA's curator Gerben Willers werd *EN VERDER* een aantrekkelijke performance in de openbare ruimte van Rotterdam (Maastunnelgebied) en leverde Rosa uiteindelijk een solotoonstelling en residency in Düsseldorf en Mönchengladbach op. Het bijbehorende kunstwerk dat in de showroom als "decor" voor de aankondiging van de performance diende is aangekocht door offshorebedrijf Heerema, Rotterdam. Twee resultaten waar we als MAMA bijzonder trots op zijn, waarmee we onze Rotterdamse instelling op de kaart hebben gezet.

Jonge (inter-) nationale en Rotterdamse kunstenaars konden dankzij MAMA's intensieve begeleiding en team hun projecten uitvoeren en ideeën ontwikkelen zoals ze deze voor ogen hadden. Ook werden nieuwe producties mogelijk. Onze kunstenaars waren dit jaar in staat om hun statements te maken dankzij de bij MAMA aanwezige professionele ondersteuning en een goede neus voor uitzonderlijk talent. We ontdekken talent en brengen het mijlener verder.

De methode MAMA is misschien wel het best te karakteriseren met een interview quote uit de eerste Glamcult van 2014. In een interview met Lonneke van der Palen (Lonneke had een kleine solo in 2011) staat: "Ze studeerde af met de serie *Souvenir*, waarmee ze meteen een solo-expositie scoorde bij MAMA in Rotterdam. "Dat is gelijk ook mijn doorbraak geweest!" Hierna is het spreekwoordelijke balletje gaan rollen, in diverse richtingen. Lookbooks, packshots, campagnebeelden, maar ook het bouwen van sets voor EKKO in Utrecht—Lonneke doet het allemaal."

Ondernemerschap

MAMA's visie op ondernemerschap is gebaseerd op haar relevantie voor de nieuwe generatie makers en kunstprofessionals. MAMA kiest voor een vorm van ondernemerschap die gericht is op het creëren van een meerwaarde voor deze jonge doelgroep.

Dit is een op wederkerigheid gebaseerde relatie, waardoor investeringen in talent, op termijn, ten goede komen aan de eigen bedrijfsvoering, organisatie en programma. Uiteindelijk komen onze investeringen in talent ten goede aan de hele (Rotterdamse) cultuursector.

De oriëntatie op talentontwikkeling waarborgt dat talent ook voor de toekomst zich kan ontwikkelen, zichtbaar wordt, kan experimenteren en zo kan bijdragen aan de kwaliteit van het culturele aanbod in de stad. De spin-offs van actieve (ex)-Rookies dragen bij aan de dynamiek van het culturele veld. MAMA is naast talent forecaster een incubator voor een grote groep jonge smaakmakers.

Ondernemen is in onze visie ook samenwerken. Samenwerken met andere partijen schept mogelijkheden voor schaalvergroting van de projecten, facilitaire ondersteuning, meer zichtbaarheid, gedeelde financiering en gezamenlijke fondsenwerving, ook buiten de publieke sector, naast uiteraard de al genoemde kennisvermeerdering en het uitbeiden van het netwerk. Door samenwerkingen zoals in Kunstblock onderzoekt MAMA nieuwe vormen van culturele productie en diensten. Ook samenwerken met het (kunstvak)onderwijs is belangrijk. Het onderstreept onze brugpositie in het kunststelsel, tussen onderwijs en de gevestigde kunstwereld in.

In 2013 zijn stappen gezet richting een MAMA dat meer diverse inkomsten heeft en mede daardoor minder afhankelijk wordt van subsidie, waarbij moet worden aangemerkt dat MAMA's missie en de inhoudelijke positie die zij wenst in te nemen, subsidie als de basis van haar bedrijfsvoering onontbeerlijk maakt.

Een belangrijk concept in het werken met de jonge talenten is wederkerigheid. Wij investeren in de praktijk van jong talent, zij geven – soms direct, soms op termijn – een deel van die investering terug: in uren, opdrachten, expertise, ervaring. Wederkerigheid als basis voor denken over de organisatie maakt op termijn MAMA minder kwetsbaar. We worden meer zelfvoorzienend.

Een diversificatie van de inkomstengeldstromen bleek realistisch en we hebben hierin al een stap gemaakt. MAMA is geslaagd in het genereren van (extra) private en publieke fondsen en crowdfunding, mede vanwege de hoge gunfactor voor MAMA's jonge talenten. De mogelijkheden voor het werven van donateurs (MAMA heeft een ANBI status) en uit verkoop (het MAMA shop idee) zijn nog niet uitputtend onderzocht en zijn zeker nog verder te ontwikkelen, in samenhang met het Brought to you by MAMA.

3. PUBLIEKSBEREIK EN COMMUNICATIE (MARKETING)

Publieksbereik

In 2013 heeft MAMA met haar producties, tentoonstellingen en events 189.604 personen bereikt.

MAMA's eigen (120m²) showroom kan dit soort aantallen niet bereiken. Een groot deel van ons publieksbereik is dan ook toe te rekenen aan onze projecten en events op locatie en in samenwerking. Samenwerken is een strategische leuze om het publieksbereik zo groot mogelijk te maken. De Onskruid samenwerking voor de tentoonstelling Jean Paul Gaultier in De Kunsthal was bijvoorbeeld goed voor maar liefst 170.049 bezoekers. Ook vorig jaar droeg onze 15 jaar showroom MAMA in De Kunsthal bij aan het grote publieksbereik, tijdens de 15 jaar showroom MAMA tentoonstelling.

Als De Kunsthal bezoekers niet worden meegerekend komen we aan de 19.555 bezoeken. In en rond de showroom is het publieksaantal door de jaren heen stabiel rond de 15.000 bezoekers per jaar. Door het groeiende belang van talentontwikkeling in onze bedrijfsvoering is een groter deel van onze werkzaamheden niet primair gericht op presenteren en (dus) niet altijd publiek toegankelijk of niet voor een groot publiek interessant. We zullen in de toekomst dan ook doorgaan op de ingeslagen weg en veel samenwerken en MAMA producties presenteren op locatie, in en buiten Rotterdam, om zo heel veel mensen te bereiken.

Communicatie

Effectieve communicatie is de sleutel tot het bereiken van het publiek en speelt een grote rol in de zichtbaarheid van de instelling. Wie niet groot is, moet slim zijn. Te midden van de vele nieuwe hotspots en collega-culturele instellingen is het de opdracht het jonge publiek blijvend te betrekken bij ons programma. Extra uitdaging is een ruimer (meer divers) scala aan publieksgroepen bereiken. Ook het zichtbaar maken van het niet-publiek toegankelijke deel van onze programmering is een belangrijke opgave. Hierin speelt communicatie een sleutelrol.

MAMA heeft een open en sterk imago bij met name jonge mensen, en een speelse manier van communiceren die goed werkt: veel via-via, mouth-to-ear, e-mailingen, Facebook, Twitter, Youtube, stickers, website en intensief een-op-een flyeren. De trend is om steeds meer en frequenter sociale media toepassingen in te zetten, ook met inzet van ons Rookies team.

MAMA heeft begin 2013 een pitch uitgeschreven voor een aanscherping en herziening van onze communicatiemiddelen, waarvoor wij vier jonge Rotterdamse ontwerpteams hebben uitgenodigd: OONA, Mals, Team Thursday, en Marieke de Rooij. De nieuwe uitingen moesten gericht zijn op het vergroten van het bereik onder zowel onze primaire doelgroep van jongeren als het professionele publiek van kunstenaars, kunstcritici, sponsors en verzamelaars.

Winnaar OONA heeft gedurende 2013 bij elk project costum made drukwerk en digitale uitingen ontworpen, gebaseerd op de idee van verschillende doelgroepen: 'De Liefhebber', 'De Cultuurconsument', 'De Voorbijganger' en 'De Screener'. OONA ziet vooral mogelijkheden in de persoonlijke benadering, maar zet ook in op inzet van de gevel van het pand (bijvoorbeeld via vlaggen, gebruik van kleurcodes, belettering en bordes). Voor OONA is de sociale betekenis van vormgeving van groot belang; een essentiële eigenschap van ontwerp is verbindingen tot stand brengen tussen boodschap en ontvangers. Het project OONALympics is een goed voorbeeld van hoe ver de inbedding van communicatie in een participatieproject kan gaan.

MAMA heeft in 2013 geïnvesteerd in gedeelde communicatie en "ruilen", bijvoorbeeld vermeldingen in nieuwsbrieven van Kunstblockcollega's, logo uitwisselingen; en partners in het programma, zoals HipHopHuis, Mothership, Rotterdam Festivals en Willem de Kooning Academie. Kunstblock is een belangrijke factor in het bereiken van een breder en groter publiek. Kunstblock heeft een eigen communicatiebudget en medewerker en voorziet in extra communicatie voor haar partners. Ook de vrijdagavond Kunstblockavond en de live-show De Derde Dinsdag zijn belangrijke marketinginstrumenten voor MAMA.

Communicatiemiddelen

MAMA maakte in 2013 gebruik van diverse communicatiemiddelen. In 2013 zijn – om de effectiviteit ervan te onderzoeken – geen uitnodigingen per post verstuurd, maar is intensiever en meer frequent een-op-een geflyerd en worden flyers naar hotspots en collega-instellingen in Nederland gestuurd. Bij elk project wordt daarbij samen met OONA bekeken hoe deze op de beste manier bij de juiste doelgroep komt. Ter ondersteuning van de communicatie is er een Rookies communicatieteam.

Web en sociale media (Facebook, Twitter, blogs ed) zijn een belangrijke manier voor MAMA om te communiceren met haar doelgroepen.

De projectmatige aanpak van ons programma biedt alle ruimte om per project, of projectreeks, een doelgroepgerichte online communicatieaanpak op te stellen en daar specifieke communicatiemiddelen bij te maken (video, online flyer, banners, etc.)

Het aantal Facebook fans en Twitter volgers steeg naar –afgerond– 3000 en 2200 gebruikers t.o. 2500 en 1500 vorig jaar. Ook Rookies zijn actief op onze Facebook pagina en Twitter account. Er zijn besloten Facebook groepen voor Rookies en Rookies MA en Onskruid. MAMA's huidige website www.showroommama.nl is eind 2011 online gegaan. In 2013 had de website 18.089 bezoeken en 44.998 pageviews.

Jean Paul Gaultier @JPGaultier 6 feb. 2013
@allgirlsstreet: @JPGaultier: All Girls Street Art Collective @Kunsthal graffiti piece
@ShowroomMAMA pic.twitter.com/9dOZ7IRr
Fab work girls!

Regelmatig vinden op projectbasis specifieke communicatie-acties plaats, vaak in samenwerking met jonge ontwerpers. Het project All Girls Street Art Collective had – in samenwerking met projectbureau HENK – een eigen nieuwsbrief. Om de Onskruid docu-serie te financieren organiseerde MAMA een veiling in de showroom. Voor het boek Sweet Sixteen ontwikkelde vormgevers Mals een communicatiestrategie gebaseerd op de Sweet Sixteen sticker, verspreid via Twitter en Instagram. Bogue.nl maakte i.s.m. Studio Mals een vlog over het Sweet Sixteens boek. Voor de booklaunch ontwierp Mals onder andere Sweet Sixteen behang. Regelmatig adverteren we met een banner op www.trendbeheer.com.

Bij veel (deel)projecten worden speciale websites en/of blogs gebouwd, of wordt een deel van de content online gedistribueerd, zoals bijvoorbeeld de performances van Ryan McNamara via een streaming website. De Onskruid meiden hadden een eigen Tumblr, Instagram, Facebook en Twitteraccount, naast een (inmiddels weer offline) eigen website. Onskruid is nu te volgen op Facebook. Voor het project OONalympics werd www.oonalympics.com gemaakt met informatie en mogelijkheid tot inschrijven voor de verschillende evenementen. Rosa Sibbens project is gedocumenteerd op www.rosasibbens.nl/en-verder/. Voor 100% Hedendaags is een aparte website ontwikkelt: <http://100procenthedendaags.nl>. Ook Kunstblock is actief op web, Facebook en Twitter met websites voor De Derde Dinsdag en het Festival de Wereld van het Witte de Withkwartier.

Sinds 2013 interviewt performance-interview duo SandWitz MAMA kunstenaars, waarvan vervolgens een kleine publicatie wordt gemaakt.

De interviews zijn ook te lezen op www.sandwitz.com. Inmiddels interviewden zij Oscar Murillo en Ryan McNamara. Deze samenwerking continueren wij in 2014, te beginnen met JODI en Petra Cortright.

Pers

MAMA heeft in 2013 veel persaandacht gegeneerd. De samenwerking met OONA heeft daar zeker aan bijgedragen. Bij elke tentoonstelling genereerde MAMA en/of haar kunstenaars in 2013 redactionele aandacht van een divers geheel aan kranten, websites en blogs, o.a. met reviews in Elle België, Furtherfield, ArtForum's Diary Scene and herd, Metro, Trendbeheer, Mr. Motley, Blikvangen, MOMA Inside/Out, Bogue, We Own Rotterdam, AD, NRC Next. MAMA is met name goed vertegenwoordigd in de online versies van genoemde pers en bladen.

<http://blikvangen.nl/2013/06/possible-scenarios/#more-4103> 26-06-2013
Ryan McNamara *Artikel "Possible scenarios"*
"We kwamen met een lach op ons gezicht en met onze ogen knipperend tegen de felle werkelijkheid naar buiten. Alsof we leuk gedroomd hadden, maar voor de afloop wakker waren geworden."

http://www.huffingtonpost.com/2013/11/05/jonas-lund-art-algorithm_n_4214211.html
Jonas Lund *Artikel "Controversial New Project Uses Algorithm To Predict Art."*
But even if a brave new art world isn't nigh, the questions simmering behind Lund's MAMA exhibit feel newly important given our current technological capabilities. How important is strategizing in an artist's career? What do galleries value?

http://www.moma.org/explore/inside_out/tag/showroom-mama-rookies 09-09-2013
Rookies *Artikel "More Chaos, Please: Dutch Teen Programs at the Stedelijk Museum Amsterdam and Showroom MAMA"*

4. ORGANISATIE (BEDRIJFSVOERING)

Organisatie

MAMA is een platte organisatie, met een kleine kern aan vaste staf, en daaromheen een grote groep jonge mensen die voor kortere of langere tijd als Rookie aan MAMA verbonden zijn. Artistieke inhoud, talentontwikkeling en productie zijn bijna compleet verweven. MAMA is de enige presentatie-instelling in Nederland waar jongeren, voor en achter de schermen, zo'n belangrijke, vaak doorslaggevend positie mogen en kunnen innemen. Zij maken deel uit van teams rondom de projecten, bemannen de showroom tijdens openingsuren, gaan op pad als MAMA ambassadeurs, ontwikkelen educatieprojecten, spelen een belangrijke rol in de inzet van sociale media. Door het werken met jongeren geldt bij MAMA de bijzondere omstandigheid: een wisselende groep van mensen die op vrijwel alle werkprocessen van de organisatie worden ingezet, en vanuit die inzet voor zichzelf ook een leerproces doormaken. Voor de bewaking van de kwaliteit van de activiteiten is de ervaring en visie van de vaste staf een belangrijk aspect, naast het volgen en regelmatig updaten van protocollen die er voor bijna alle onderdelen van de bedrijfsvoering zijn.

MAMA is een flexibele organisatie die probeert zoveel mogelijk kansen te zien en te pakken. We initiëren een groot aantal producties en werken veelvuldig samen. We hebben in 2013 onze bedrijfsvoering afgestemd op de nu tweejaarlijkse subsidiesystematiek wat betreft planning van de programmering en fondsenwerving. We slagen daar vooralsnog goed in, maar het is kwetsbaar. Op organisatieniveau wordt het programma per jaar vastgesteld in het bestuur. Voor de input op het programma werken teamleden samen met directeur, Rookies en een informele klankbordgroep.

De speerpunten van MAMA's bedrijfsvoering zijn: hoge artistieke kwaliteit, talentontwikkeling binnen de organisatie en beheersing van bedrijfsprocessen. Hiervoor worden teamleden, met name curator, in staat gesteld zich breed te oriënteren, in binnen en buitenland, vakliteratuur aan te schaffen, zich bij te scholen middels symposia e.d. Ook het netwerk van gelijkgestemde organisaties en individuen waarbinnen MAMA opereert zorgt voor een continu stroom aan ideeën.

Personele bezetting 2013

Een bezetting van rond de 4 fte is een noodzakelijke basis om MAMA te exploiteren en het programma op de gewenste kwaliteit uit te voeren, en de intensieve begeleiding van jong talent te kunnen waarmaken.

In 2013 zaten we daar iets onder, door het niet verlengen van een tijdelijk contract. Het streven blijft een iets grotere bezetting in de toekomst te realiseren. De boekhouding wordt door een externe partij, Force Finance, uitgevoerd.

Ariadne Urlus Directie (0,8 ft)
Gerben Willers Curator (0,8 ft)
Margriet Brouwer Educatie en talentontwikkeling (0,8)
Ivo Sieben Techniek (0,5 ft)
Lori van Vlerken Bureau en communicatie (0,4 ft)
Force Finance, Administratie (0,1)

Code Cultural Governance

De Code Cultural Governance wordt sinds 2010 door het bestuur en directie van MAMA toegepast. MAMA volgt het bestuur + directie model en de daarin benoemde principes en best practices. Ook de in de code beschreven directiereglement en bestuursreglement voor dit type organisatie worden toegepast. Met betrekking tot de Best Practice-bepalingen betreffende transparantie en verantwoording kan worden toegevoegd dat MAMA beschikt over profielschets van het bestuur en de relevante (neven)functies van de leden van het bestuur en de directie, en deze op aanvraag toestuurt, maar er voor kiest deze niet in haar jaarverslagen op te nemen.

Samenstelling bestuur 2013

In 2013 hebben een aantal bestuurswisselingen zich voorgedaan. Aad Meijboom, Angela Riddering en Ina Klaassen traden af. De reden hiervoor waren respectievelijk: maximale termijn, nieuwe positie bij Museum Boijmans, en verhuizing. Paulette Verbist, Bart van de Laak en Coen Göebel volgden op.

<i>Bestuur Stichting Public Art Squad:</i>	<i>Vanaf</i>	<i>Tot</i>
Aad Meijboom (voorzitter)	1-07-2005	1-07-2013
Paulette Verbist (voorzitter)	1-11-2013	2018
Carol Hol (secretaris)	01-09-2007	2014
Angela Riddering (penningmeester)	29-11-2011	1-11-2013
Bart van de Laak (penningmeester)	1-11-2013	2018
Janine Kratzenberg	19-08-2010	2017
Coen Göebel	1-11-2013	2018
(Vanaf 2014)		
Ingrid Commandeur	1-4-2014	2018
Ilse Dankers*	1-4-2014	2015

*Rookie bestuurslid, met aanstelling voor een jaar, met mogelijk een jaar verlenging.

Adviescommissie

Tot 2013 had MAMA een vaste artistieke commissie bestaande uit Gyz La Rivière, Geert Mul, Ari Versluis en Saskia van Stein. We hebben per 2013 voor meer dynamiek gekozen en verjonging. De nieuwe adviesraad functioneert minder formeel, meer individueel, en geeft gevraagd en ongevraagd advies op het programma en de bedrijfsvoering.

Adviseurs zijn: Abner Preis, Karin de Wild, Hampus Lindwall, Rafaël Rozendaal, Hicham Khalidi, Karina van Bezooijen, Lotte Haagsma, Jan Melis, Joan Poortman, Moniek Warmer, Karst Tjoelker, Sandra van Dongen, OONA, Tanja Elstgeest, Willemijn van Drunen, Gyz La Rivière, Koen Tasselaar, Olof van Winden, Florian Waldvogel, Clementine Degener, Rutger Wolfson, Karin Arink, Marianne Toussaint, Nathalie Hartjes, Belinda Hak, Aruna Vermeulen, Eeke Wervers.

Huisvesting

Per 2013 is het kantoor aan de Kromme Elleboog opgezegd om de vaste beheerslasten omlaag te brengen.

MAMA koestert haar showroom op de Witte de Withstraat, met haar open karakter en lage drempel. De plek is zichtbaar en goed bereikbaar voor bezoekers en plaats ons midden in de culturele as.

Per 2013 zijn er een aantal flexplekken achter in de showroom gemaakt. Rookies mogen buiten openingstijden de showroom gebruiken. Voor het contact met het publiek is deze oplossing een heel goede. Voor geconcentreerd werken en afspraken is het niet ideaal. Wellicht dat er in de toekomst een Kunstblock oplossing te vinden is. Er wordt vooralsnog meer thuis gewerkt, een investering in ICT is hiervoor nodig, die wij hopen in 2014 te maken met het OCW frictiegeld.

Rookies MA hebben een eigen onderkomen bij het HipHopHuis, zoals ook de Rookies Junior in 2012/2013. Witte de With was ook in 2013 geneurus in het ter beschikking te stellen van m2 berg-ruimte in hun kelder.

5. PRESTATIES

PRESTATIES	Prestaties per jaar	Waarvan in Rotterdam
Aantal producties	85* (32)	82 (32)
Aantal presentaties	15	15
Aantal bezoekers/deelnemers	189.604** (19.555)	188.874 (18.825)

* Dit betreft alle producties 2013: tentoonstellingen, publicaties, talentontwikkelingstrajecten, presentaties, events. Zonder events is het aantal producties 32.

EDUCATIE		
Binnenschools	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs
Deelnemers	0	0
Contacturen	0	0
Buitenschools	Jonger dan 25	25 en ouder
Deelnemers	769	10
Contacturen	3775	20

Toelichting

MAMA heeft alle beoogde prestaties 2013 behaald. Hieronder volgt een toelichting op de meest in het oog springende aantallen, en vergelijken we de prestaties met vorig jaar. Voor een compleet overzicht verwijzen wij naar het rapport van assurance door Capacc accountants voorzien van een goedkeurende verklaring met een beperkte mate van zekerheid.

We beloofden een totaal van 19 producties (waarvan één buiten Rotterdam) en een totaal van 21.000 publieksbereik. Het werden in totaal 85 producties: dit zijn alle tentoonstellingen, trajecten, projecten en (kleine) events bij elkaar, met een totaal publieksbereik van 189.604. Deze aantallen dienen genuanceerd.

Het aantal producties is gekleurd door het grote aantal events dat MAMA en de MAMA Rookies in 2013 realiseerden met name rondom de OONALympics. Gedurende de zomermaanden vond bijna dagelijks een OONALympisch spel plaats. Een aanzienlijk deel van het publieksbereik is toe te rekenen aan de MAMA/Onskruid productie in De Kunsthal voor de tentoonstelling Jean Paul Gaultier, goed voor maar liefst 170.049 bezoekers. Als deze niet worden meegerekend komen we aan de 19.555 bezoeken aan en rond de showroom.

Los van de vertekening die samenwerkingen ge-

ven in het totale bereik: de trend is dat MAMA een groot publieksbereik heeft juist door samenwerkingen/coproducties en presentaties/events op locatie, en de spin-offs van de talentontwikkelingstrajecten. In en rond de showroom is het publieksaantal door de jaren heen stabiel rond de 15.000 bezoekers per jaar.

Onder producties scharen wij alle projecten: van grote tentoonstellingen en talentontwikkelingstrajecten tot en met kleine presentaties en events als workshops, de OONALympische spellen en lezingen. Het hoge aantal is met name toe te rekenen aan de vele kleine events rondom de OONALympics. Verder heeft de intensieve traject van All Girls Street Art Collective en de spin offs van dit traject ook bijgedragen aan het hoge aantal producties.

MAMA ontwikkelde in 2013 85 producties:

8x tentoonstelling in Showroom

3x talentontwikkelingstraject

2x educatieproject

4x project openbare ruimte

3x participatieproject publiek

2x publicatie

5x presentaties talentontwikkeling

53x events

5 x nieuwe producties/werken ihkv 'Brought to you by MAMA' (BKV)

Van de producties vonden 3 spin offs van Onskruid plaats buiten Rotterdam (Houten, Amsterdam, Utrecht)

Van de 85 producties rekenen wij er 15 tot presentaties: tentoonstellingen en presentaties talentontwikkeling.

Educatie Binnenschools heeft in het prestatie-model Educatie 2013 een score van 0 voor basis- en voortgezet onderwijs. In 2013 vonden alle educatieprojecten in de showroom of op een buitenschoolse locatie plaats. Met name door de invoering van 100% Hedendaags vinden ook de voorbereidende lessen niet op school plaats, maar op locatie. In 2012 was het criterium ruimer: in schoolverband. Hierdoor zijn cijfers over de jaren niet helemaal te vergelijken.

In 2013 namen in totaal 779 personen deel aan ons buitenschools educatief aanbod in de showroom. De deelnemers kwamen van 15 verschillende scholen/opleidingen. Naast het educatief aanbod worden er onder de buitenschoolse educatie deelnemers van de talentontwikkelingstrajecten meegerekend. Enkele deelnemers van de buitenschoolse educatie/ talentontwikkelingstrajecten waren ouder dan 25 jaar (10 deelnemers).

Vergeleken met 2012, heeft MAMA minder educatieve bezoekers ontvangen. Echter: in 2012 wer-

den de cijfers educatie behoorlijk gekleurd door onze tentoonstelling– met uitgebreid educatief programma – in De Kunsthal tijdens The Kids Are All Right, 15 jaar showroom MAMA. De cijfers zijn in totaliteit conform de norm, iets hoger.

In totaal telde MAMA in 2013 3795 contacturen voor de talentontwikkelingstrajecten. Vergeleken met 2012 (2218 uur) een aanzienlijke uitbreiding die te maken heeft met de aanscherping van onze missie, waarbij talentontwikkeling is uitgebreid met praktijkverdieping, en geheel verweven is met de programmering.

Verschillenraster 2013-2012:

PRESTATIES	JV 2013 Prestaties per jaar	JV 2013 Waarvan in Rotterdam	JP 2013 Prestaties per jaar	JP 2013 Waarvan in Rotterdam	JV 2012 Prestaties per jaar	JV 2012 Waarvan in Rotterdam
Aantal producties	85 (32)	82 (32)	19	18	35	33
Aantal presentaties	15	16	15	14	17	17
Aantal bezoekers/deelnemers	189.604 (19.555)	188.874 (18.825)	21.000	*	37.709	37.677

* niet gespecificeerd.

EDUCATIE*						
Binnenschools	JV 2013 Primair Onderwijs	JV 2013 Voortgezet Onderwijs	JP 2013 Primair Onderwijs	JP 2013 Voortgezet Onderwijs	JV 2012 Primair Onderwijs	JV 2012 Voortgezet Onderwijs
Deelnemers	0	0*	0	100	0	914*
Contacturen	0	0*	0	8	0	0
Buitenschools	Jonger dan 25	25 en ouder	Jonger dan 25	25 en ouder	Jonger dan 25	25 en ouder
Deelnemers	769	10	515	10	506***	0
Contacturen	3775**	20	2500	20	2218**	0

* Educatieve cijfers 2012 en 2013 zijn bijna niet te vergelijken door de andere prestatie modellen per 2013. In JP en JV 2012 telden wij bij binnenschools VO 'binnen schoolverband' conform criteria DKC, dus ook bezoeken van een klas aan de showroom (of in 2012 ook aan De Kunsthal).

In JP en JV 2013 tellen wij bij binnenschools VO conform de DKC criteria bezoeken van MAMA in de school. Vandaar de 0, want alle activiteiten vonden plaats in de showroom of andere buitenschoolse locaties.

** Contacturen betreft de contacturen talentontwikkeling, niet educatie.

*** Mogelijk zijn van deze 506 deelnemers ook een deel ouder dan 25 jaar, is niet geregistreerd.

6. BALANS EN RESULTAAT

Algemeen

We ronden 2013 af met een positief resultaat van 5.871. Over de hele linie waren kosten en baten in balans. Voor de periode 2013-2016 is MAMA geen landelijke BIS instelling meer. Het Mondriaan Fonds ondersteunt ons in 2013-2014 in het kader van haar meerjarenprogramma voor presentatie-instellingen en de gemeente Rotterdam honoreerde onze aanvraag in het kader van haar meerjarenbeleid 2013-2016, met een tussenevaluatie na twee jaar.

MAMA is erin geslaagd (extra) eigen inkomsten te genereren, met name door private en publieke fondsenwerving en crowdfunding. Het wegvallen van de vierjaarlijkse structurele ondersteuning door OCW is grotendeels ondervangen door deze incidentele geldstroom, en uiteraard de ondersteuning vanuit de gemeente Rotterdam en het Mondriaan Fonds.

Dit neemt niet weg dat de basis aan structurele subsidie 2013-2014 lager is dan over de periode 2009-2012 -- op jaarbasis zo'n 30.000 -- en dat de systematiek niet langer vierjaarlijks is, maar tweejaarlijks. Dit heeft consequenties voor de bedrijfsvoering. We kunnen minder lang vooruit plannen ontwikkelen en een groter deel van de inspanningen van de organisatie liggen op het vlak van ontwikkelen van meer diverse inkomstenbronnen en extra fondsenwerving. Dit brengt ook kansen met zich mee, maakt inventief en scherp op prioriteiten en positionering.

Voor de jaarrekening is als normbegroting de jaarbegroting 2013 voor de Gemeente Rotterdam, dienst Kunst en Cultuur (DKC) gebruikt. Wat betreft de begroting zoals ingediend bij het Mondriaan Fonds voor 2013-2014, geldt een afwijking op deze begroting van € 2.500.

Dit betreft aan de batenkant een vermindering van de subsidie van DKC: de beschikking van de gemeente kwam na het indienen van de begroting bij het Mondriaan Fonds.

Dit bedrag is in de lastenkant in mindering gebracht op de post activiteitenlasten personeel. Wij hebben toestemming van het Mondriaan Fonds om de DKC begroting als normbegroting in de jaarrekeningen 2013 (en 2014) te gebruiken.

We hebben gestreefd naar zo laag mogelijke vaste (beheers) lasten, tegenover meer flexibele lasten en baten voor de activiteiten, omdat deze makkelijker incidenteel aan te vullen zijn, en de kosten op projectbasis goed beheersbaar zijn. We kozen ervoor de huur op te zeggen van ons externe kantoor aan de Kromme Elleboog en kantoor te houden in de showroom. We hebben iets

ingeleverd in personeel, door een tijdelijk contract niet te verlengen en ook niet (meteen) terug in te vullen.

De frictiegelden van OCW die wij nog niet besteed hebben zullen in overleg met OCW in 2014 besteed worden aan een investering in het "ondernemend vermogen" van MAMA, in de vorm van het inhuren van extra expertise en in een investering in ICT zodat flexibel werken makkelijker wordt.

Toelichting resultaat

Baten

De publieke en private bijdragen/subsidies zijn aanzienlijk hoger dan begroot omdat met succes een beroep is gedaan op private en publieke fondsen. Dit zijn met name Twist & Shout, All Girls Street Art Collective/Onskruid en 15 jaar Showroom MAMA, tentoonstelling en boek, waarvan het boek uitkwam in 2013. Ook crowdfunding voor een aantal projecten verliep naar tevredenheid. MAMA kiest jaarlijks een of meerdere projecten uit waarvoor een inschatting maken dat crowdfunding bij de achterban succesvol zou kunnen zijn. Meestal betreft dit projecten waarbij onze Rookies of junioren de hoofdrol spelen, en waarbij een grote gunfactor aan de orde is.

De realisatie van eigen inkomsten (directe opbrengsten) blijft nog achter bij de begrote norm. Onder deze post vallen verkopen (commissie op verkopen) van kunstwerken, (educatieve) diensten, entree indien van toepassing op events, verkoop van boeken ed. Er is bij de normbegroting ambitieus ingezet op verkoop, wellicht te ambitieus. Een verklaring voor het achterblijvende resultaat ligt vooral in het feit dat de organisatie primair gericht is op haar presentatie- en talentontwikkelingsfunctie en nog (te) weinig op verkoop. *Als wij een deel van de frictiekosten in 2014 hierin mogen investeren dan zal dit het inhuren van expertise op juist dit onderdeel zijn.*

Lasten

De beheerslasten personeel zijn hoger dan de normbegroting aangeeft, doordat conform de voorschriften van het Mondriaan Fonds de extern ingehuurde personen voor systeembeheer en boekhouding in het resultaat onder deze post zijn gerubriceerd.

De beheerslasten materieel zijn lager dan in 2012 vanwege het opzeggen van de huur van het (externe) kantoor.

De activiteitenlasten personeel zijn lager dan begroot, omdat minder dan voorzien gebruik gemaakt is van het inhuren van derden.

Besloten is in 2013 niet te krimpen in vaste uren techniek, omdat dit geen bezuinig zou opleveren als we ze via freelance uren moesten inhuren. De begrote 0,4 fte voor techniek bleef 0,5 fte, gelijk aan 2012.

Het tijdelijke contract voor de assistent curator is niet verlengt in 2013, en is met freelance uren aangevuld.

De activiteitenlasten materieel zijn aanzienlijk hoger dan begroot vooral door de afronding van de doorlopende projecten uit 2012, met name Twist & Shout, maar hier staan ook aanzienlijk meer private en publieke bijdragen tegenover.

Balans

Ondanks dat het balanstotaal gehalveerd is vergeleken met 2012 staat de stichting er iets sterker voor. Dit komt omdat het eigen vermogen iets is toegenomen. Het lagere balanstotaal komt omdat in 2013 minder grote posten vooruit ontvangen bedragen zijn, zoals wel het geval was eind 2012. De liquide middelen zijn minder dan evenredig afgenomen. De versterking van de balans blijkt ook uit het stijgen van de current ratio van 1,0 naar 1,3. Ondanks de versterking blijft de organisatie kwetsbaar en zal scherp op de verhouding tussen inkomsten en uitgaven van projecten gelet blijven worden.

De van OCW ontvangen frictiekosten ad. 34.987 in verband met het niet verlengen van de BIS subsidie na de periode 2009-2012 zijn – in overleg met OCW --op de balans opgenomen als vooruitontvangen subsidie,. In overleg met het Ministerie van OCW zal nader worden bekeken c.q. is nadere overleg gepleegd, hoe deze bijdrage het meest effectief kan worden ingezet.

BKV

MAMA heeft in 2013 een aantal nieuwe werken/projecten/ presentaties van jonge Rotterdamse kunstenaars (mede) mogelijk gemaakt en gepresenteerd op conto van de speciale BKV geldstroom waar wij voor in aanmerking kwamen. De bedragen die zijn toegerekend aan de BKV gelden betreffende uitsluitend de kosten voor honoraria en ontwikkelingskosten van nieuwe kunstwerken. Het betreft de volgende kunstenaars/projecten: Joey Verberkt, de communicatie pitch, OONA/LYMPICS, Remty Elenga en Claire van Lubeek.

Wij stelden dat conform de BKV regeling, van het totaal 70% direct inkomensvormend zou zijn: dit betreft honoraria van de betreffende kunstenaars en die materiaalkosten die direct toe te wijzen zijn aan de productie van nieuwe werken. De overige 30% betreffen een toerekening van de kosten die

MAMA maakt voor het presenteren en distribueren van het nieuwe werk, in personele en materiele zin. Dit betreft de 9000 euro beheerslasten; dit is een toerekening (op basis van een inschatting) van de algemene inzet van MAMA personeel en materieel ten behoeve van genoemde projecten.

MAMA heeft hiermee in 2013 ruimschoots aan haar BKV projectvoorstel voldaan, en meer uitgegeven dan begroot, vooruitlopend op 2014 waarin naar verwachting en volgens het jaarplan 2014, iets minder met Rotterdamse makers wordt gewerkt.