



Jaarverslag 2014

Showroom MAMA
Stichting Public Art Squad
Postadres: Postbus 23070
3001 KB Rotterdam
Website: www.showroommama.nl
Contactpersoon: Nathalie Hartjes
Email: nathalie@showroommama.nl
Telefoon: 010 2332022
Kvk nr: 24272758
BTW nr: NL806370051
Rek nr: 419203230 ABN AMRO

INHOUD

1. Introductie
2. Beleidsthema's:
 - Levendige binnenstad
 - BKV: Brought to you by MAMA
 - Talentontwikkeling
 - Ondernemerschap
3. Publieksbereik en communicatie (marketing)
4. Organisatie (bedrijfsvoering)
5. Prestaties 2014 (model)
 - Toelichting op het prestatieraster
6. Begroting 2014 (model)
 - Toelichting op de begroting

BIJLAGE:

Activiteitenverslag 2014

1. INTRODUCTIE

Dit is het jaarverslag 2014 van Showroom MAMA, met een toelichting op de bedrijfsmatige en organisatorische koers, de financiële stand van zaken, en een toelichting op de behaalde prestaties. In een bijlage vindt u ons Activiteitenverslag 2014, met de inhoudelijke koers en een toelichting op het programma 2014.

MAMA heeft een eigen positie in het Nederlandse en Rotterdamse culturele landschap, door consequent talentontwikkeling en het artistiek-inhoudelijke programma te verweven. MAMA is een forecaster van talent, en begeleidt kunstenaars en kunstprofessionals in hun beginnende praktijk.

MAMA's aanbod en expertise op het gebied van talentontwikkeling zijn onderscheidend en complementair aan dat van andere Nederlandse (kunst)instellingen wat ons tot een gewilde partner in samenwerkingen maakt. MAMA's voorspellende blik en de kwaliteit van het programma zijn een voorwaarde voor de manier waarop dit talent zichtbaarheid krijgt.

Voor onze producties was er een groot publieksbereik, in totaal 38.665 personen, mede door de vele samenwerkingen en projecten op locatie. In totaal realiseerde MAMA in 2014 68 verschillende, grote en kleine producties. We komen aan dit getal door alle events mee te rekenen, en ook reeksen (De Derde Dinsdagen bijvoorbeeld) in losse producties te tellen. Mogelijk kiezen wij ervoor in het volgende beleidsplan dit anders te definiëren. Hoe dan ook: we hebben een rijk jaar achter de rug, productief, en van hoge kwaliteit. We waren zichtbaar in de stad en ver daarbuiten. Ook op het beleidsonderdeel educatie (en talentontwikkeling) heeft MAMA een mooi jaar gedraaid. Met name door de invoering van 100% Hedendaags samen met Tent en Witte de With groeit ons educatieve bereik. In totaal bereikte MAMA met haar educatieve aanbod 1.254 deelnemers.)

De organisatie is klein maar solide, de staf is gedreven en professioneel, en bestaat bovenal uit creatieve denkers en doeners. De schil van kunstenaars, makers, Rookies, alumni Rookies en een actief meedenkend bestuur rond MAMA maakt dat de kleine staf steeds een beroep kan doen op een groot arsenaal aan kennis en inzet, wat een grote waarde vertegenwoordigt.

De organisatie zag ook veranderingen. In november 2014 namen we afscheid van curator Gerben Willers. Willers was een van de drijvende krachten achter Showroom MAMA en heeft de afgelo-

pen zeven jaar als curator een grote bijdrage geleverd aan het programma. Gerben begon zijn eigen label, All Together Now, en treedt op als agent voor veelbelovende kunstenaars. We zullen zeker nog met hem en zijn label samenwerken in de toekomst. We hebben, in Marloes de Vries een uitstekende opvolger gevonden, sinds december 2014.

Alyssa Mahler, bureau- en communicatiemedewerker, stroomde door naar een fulltime positie bij Shop Around in Amsterdam. Ook voor haar is een opvolger inmiddels aan de slag, Romée Mulder, sinds december 2014.

Financieel kijkt MAMA terug op een degelijk jaar. We ronden 2014 af met een klein positief resultaat van €1.309. Over de hele linie zijn de kosten en baten voor de bedrijfsvoering en activiteiten in balans. De totale omzet was een slag kleiner dan in 2013, waar toen vooral de realisatie van het kunstwerk in de openbare ruimte, Twist & Shout, de oorzaak van was.

Voor de periode 2013-2016 is MAMA geen landelijke BIS instelling. Het Mondriaan Fonds ondersteunde ons in 2013 en 2014 (en ook in 2015 en 2016). De aanpassing aan de tweejaarlijkse subsidiesystematiek verloopt goed. Eén van de uitdagingen waarvoor wij onszelf stelden in 2014, was een grotere differentiatie in inkomsten en meer eigen inkomsten. Dit is ten dele gelukt. Het achterblijven van de eigen inkomsten bij de in de begroting geformuleerde ambities, heeft de impuls gegeven voor het ondernemerschapstraject dat wij zijn gestart o.l.v. Ruth Giebels.

Ook gaan we door met het onderzoeken van mogelijkheden tot samenwerking met Europese partners, en Europees geld. De samenwerkingen binnen het in 2013 opgerichte Kunstblock worden gecontinueerd en beginnen een vast onderdeel te worden in onze programmering, en bieden ook steeds meer mogelijkheden tot facilitaire en financiële samenwerking.

MAMA kijkt met trots terug op de behaalde resultaten, inhoudelijk en qua bedrijfsvoering. We blijven doen waar we het sterkst in zijn, namelijk het presenteren van nieuwe ontwikkelingen in de hedendaagse kunst en het onder de aandacht brengen van jonge, hedendaagse kunstenaars bij een zo breed mogelijk breed publiek. We zijn positief over de mogelijkheden en flexibele kracht van MAMA en hebben vertrouwen in de resultaten van het ondernemerschapstraject.

Ariadne Urlus

Directeur Showroom MAMA

2. BELEIDSTHEMA'S

Levendige binnenstad

MAMA speelt een belangrijke rol in het cultuur-aanbod en de levendigheid van het Rotterdamse cultuurklimaat. De showroom met haar open uitstraling, maar ook de vele events die MAMA op locatie organiseert of waarin zij participeert dragen bij aan het verlevendigen van de (binnen)stad. MAMA neemt actief deel aan (straat)producties van en bij collega-instellingen en festivals die zichtbaar zijn op straat, zoals Museumnacht, De Wereld van het Witte de Withkwartier, De Derde Dinsdag enzovoort. Sinds 2013 is MAMA (mede-oprichtend) lid van Kunstblock, een samenwerking tussen Witte de With, TENT, MAMA, V2 en WORM gericht onder andere op het verlevendigen van het culturele klimaat rond het Witte de Withkwartier en het vergemakkelijken van verschillende vormen van samenwerking. De showroom werd ook in 2014 actief ingezet. Regelmatig zijn er naast de reguliere openingstijden events en avondaanbod i.s.m. partners en de MAMA Rookies. MAMA (co)produceert daarnaast regelmatig projecten of werken in de openbare ruimte.

BKV: Brought to you by MAMA

Dankzij de Geldstroom Beeldende Kunst en Vormgeving (BKV) gelden heeft MAMA ook in 2014 een groot aantal nieuwe werken/producties van Rotterdams jong talent mogelijk gemaakt en kunnen presenteren. In 2014 hebben we BKV gelden hoofdzakelijk gebruikt in twee praktijkverdiepende trajecten: Social Image en Rookies MA's Seven Days of Happening, en scharen wij de werkzaamheden en producten van OONA hieronder, verantwoordelijk voor MAMA's huisstijl en alle communicatie-uitingen, maar ook partner in de Rookies trajecten van MAMA.

Zie het activiteitenverslag 2014 voor een meer inhoudelijke toelichting op de besteding van de BKV gelden en de genoemde trajecten. Wij stelden dat conform de BKV regeling van de totale bijdrage 70% direct inkomensvormend zou zijn. De bedragen die zijn toegerekend aan de BKV gelden betreffen uitsluitend de kosten voor honoraria en ontwikkelingskosten van nieuwe kunstwerken. De overige 30% betreft een toerekening van de kosten die MAMA maakt voor het presenteren en distribueren van het nieuwe werk, in personele en materiële zin. MAMA heeft hiermee in 2014 aan haar BKV projectvoorstel voldaan.

Een speciaal aandachtspunt binnen het programma 2014 is Brought to you by MAMA. Het mogelijk maken van nieuwe producties van jonge kunstenaars die zonder ondersteuning niet gemaakt kunnen worden, levert een belangrijke

bijdrage aan de praktijk en positie van jong talent, in dit kader in Rotterdam gevestigd talent. De presentatie- en productiefunctie van MAMA draagt bij aan de ontwikkeling van talent en ondersteunt hun beroepspraktijk. In 2014 maakten wij producties mogelijk van OONA, en de deelnemers aan de praktijkverdiepende trajecten Social Image en Undertow.

Een deel van de nieuwe producties zal expliciet gemaakt worden in het kader van een contextuele verdieping of kunsteducatief product, met aandacht voor het gebruik van nieuwe media. De nieuwe producties worden onderdeel van een project en worden via ons netwerk verspreid. Brought to you by MAMA wordt mede mogelijk gemaakt met de BKV bijdrage.

Talentontwikkeling

MAMA is de afgelopen jaren voor velen een opstap geweest voor een carrière in de kunst- en cultuurwereld. 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 vanaf ongeveer 16 jaar binnen de organisatie ruimte te participeren en mede-eigenaar te worden. Jonge professionals leren in de praktijk, doen ervaring op en ontwikkelen zich. Zij bieden ons op hun beurt informatie en reflectie. Wij dragen bij aan het ontwikkelen van hun talent, het verstevigen van hun positie op de "markt", hun beroepspraktijk en excellentie. In 2013-2014 waren talentontwikkeling en praktijkverdieping en de programmering sterk verweven. MAMA's projecten en tentoonstellingen worden ontwikkeld in samenwerkingen tussen de MAMA talenten (Rookies), de kunstenaars en externe partners/deskundigen.

Talentontwikkelingstrajecten

MAMA heeft drie concrete talentontwikkelingstrajecten, Rookies Junior (nieuw), Rookies, en Rookies MA. Alle drie zijn gebaseerd op leren en werken in de praktijk. Kennisuitwisseling vindt plaats onderling — peer-to-peer — en met kunstenaars en professionals uit andere kennisdomeinen en generaties.

Doelstellingen binnen de talentontwikkelingstrajecten zijn: een rijke informele leeromgeving, diversiteit in kennis, stimuleren van eigen initiatief, coachen in de beroepspraktijk, borging van kennis en vaardigheden in de organisatie, doorstroming van talent en internationalisering. Het uiteindelijke doel is ambities in de professionele kunstwereld waarmaken, zowel voor als achter de schermen, en groeien in talent en kwaliteit.

De Rookie trajecten zijn op verschillende manieren ingebed in de organisatie. Rookies functioneren binnen MAMA als medewerker, ontwikkelaar en maker en vormen een belangrijke schakel naar het (jonge) publiek. De opzet van de trajecten vormt tevens de basis voor MAMA's kunsteducatie voor leerlingen uit het voortgezet onderwijs, met peer-to-peer begeleiding en gebaseerd op een zelfde type DIY methodiek en grote mate van betrokkenheid die ook de Rookie-trajecten zelf kenmerkt.

Ondernemerschap

MAMA is een sterk Rotterdams merk met landelijke uitstraling. We zetten dat merk graag in als krachtig instrument voor zowel onze visie op kunst als voor de stad. MAMA's visie op ondernemerschap is met name schatplichtig aan haar relevantie voor de nieuwe generatie kunstenaars en kunstprofessionals. MAMA kiest voor een vorm van ondernemerschap die gericht is op het creëren van een meerwaarde voor deze jonge doelgroep. Daarnaast zet MAMA in op de ontwikkeling van ondernemerschap voor de eigen organisatie en programma.

Door samenwerkingen aan te gaan onderzoekt en initieert MAMA nieuwe vormen van culturele productie en diensten, op een manier die onze potentie als kleine instelling goed tot zijn recht laat komen. Hiertoe behoort het maximaliseren van onze belangrijke brugpositie in het kunstsysteem, tussen onderwijs en de gevestigde kunstwereld in.

MAMA is in 2014 gestart met een onderzoek en implementatietraject ter vergroting van onze verdienmogelijkheden. We hebben een pitch uitgezet onder een aantal kandidaten, en zijn uiteindelijk in zee gegaan met Ruth Giebels, die ons in dit traject voorgaat. Het traject is een investering op de langere termijn maar moet al in 2015 voor een eerste resultaat zorgen.

De opdracht aan Ruth Giebels was tweedelig. In de eerste fase, vanaf september 2014, onderzocht deze deskundige de (interne) organisatie, haar missie en het "umfeld", mogelijkheden en draagvlak om verdien capaciteit vast te stellen en kansrijke onderdelen binnen de organisatie en vanuit de missie aan te wijzen. In de tweede fase implementeert deze deskundige (sinds december 2014) de veranderingen die nodig zijn om deze inkomsten te genereren binnen de organisatie. Met andere woorden: als de deskundige weg is, moeten wij het zelf kunnen.

Eind 2014 was de onderzoeksfase afgerond. Het onderzoek was een gezamenlijke inspanning van staf, Rookies en een aantal direct betrokkenen zoals bestuursleden en OONA.

Het resultaat van dit onderzoek was het herkennen en "smart" maken van vier kansrijke gebieden vanuit de missie van MAMA om de eigen verdiensten duurzaam omhoog te schroeven.

Deze zijn te scharen onder de volgende noemers (werktitels) die in 2015 verder worden uitgewerkt: Rookies Franchise: het verdienen van onze kennis op het gebied van vrijwilligerseducatie, informeel leren en talentontwikkeling door opdrachten binnen te halen, het "verhuren" van onze deskundigheid en die van de Rookies, en het optreden als deskundige in panels en congressen; MAMA Academy, de workshops en begeleiding van en voor de Rookies en jonge kunstenaars (deels) openstellen voor andere geïnteresseerden, bijvoorbeeld academiestudenten en publiek; MAMA Art Store, (bemiddelen bij) verkoop van werk van de makers verbonden aan MAMA, met name werk dat wij hebben mogelijk gemaakt; en tot slot, MAMA Events, het in opdracht organiseren van events op locatie en in de showroom.

Het gehele traject zal medio juni 2015 worden afgerond, en de eerste resultaten zijn veelbelovend. In 2015 heeft MAMA bijvoorbeeld (Rookies Franchise) de opdracht gekregen van Stroom, Den Haag, om voor hen een educatiebeleid te ontwikkelen. Nieuwe Vide in Haarlem nam voor haar project Bienvenu Chez Moi onze Rookies Junior als concept over.

De samenwerkingen die MAMA aangaat in de stad en daarbuiten, onze deelname aan Kunstblock en Kunstblock programma's bieden ook kansen op het gebied van ondernemerschap, onder andere in gezamenlijke fondsenwerving, maar vooral in het bundelen van krachten en samenwerkingen op inhoudelijk zowel als facilitair gebied. 100% Hedendaags, het gecombineerde educatieprogramma voor VO en MBO van MAMA, TENT en Witte de With, is hiervan een goed voorbeeld. De veelheid aan samenwerkingsverbanden die MAMA aangaat in en buiten de stad heeft geleid tot een zeer divers aanbod. Onze rol als stedelijk ontwikkelaar vullen wij met overtuiging in.

3. PUBLIEKSBEREIK EN COMMUNICATIE (MARKETING)

Publieksbereik

MAMA heeft een relatief groot publieksbereik. In 2014 heeft MAMA met haar producties, tentoonstellingen en events 38.665 personen bereikt. Wij bereiken dit aantal door veel afwisseling in het programma, door een intensief gebruik van de showroom en door te programmeren op locatie en in de openbare ruimte in samenwerking met partners. Door met een aansprekende programmering aan te sluiten bij events zoals de Museumnacht en De Wereld van het Witte de Withkwartier, Art Rotterdam, De Derde Dinsdag, enzovoort bedienen we een breed lokaal en nationaal publiek. Samenwerken is een strategische keuze om een zo groot mogelijk publieksbereik te creëren.

Samenwerkingen met instellingen buiten de kunstwereld vergroten de mogelijkheden tot een diversificatie van ons publiek. De samenwerkingen (in 2014) met het HipHopHuis, het Productiehuis Rotterdam (voor Rookies MA), Fotodok en New Dawn en de partners van het Kunstblock zijn hiervan goede voorbeelden. 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 liveshow De Derde Dinsdag zijn belangrijke marketinginstrumenten voor MAMA.

In en rond de showroom is het publieksaantal door de jaren heen redelijk stabiel rond de 15.000 bezoekers per jaar. Door het groeiende belang van talentontwikkeling in onze bedrijfsvoering is een groter deel van onze werkzaamheden in de showroom niet primair gericht op presenteren en (dus) niet altijd voor publiek toegankelijk. 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 veel mogelijk publiek te kunnen bereiken.

MAMA's doelgroepen

(Primair) Jongeren/jong volwassenen 16-26
Talenten en jonge kunstprofessionals
Professioneel kunstpubliek/pers
Brede cultuurconsumenten
Langslopend publiek op de Witte de Withstraat
(en op locatie)

(Publieks)onderzoek

Regelmatig wordt in het kader van een onderzoeksstage of door externe onderzoekers (Veldwerk) een publieks- of Rookie doorstromingsonderzoek gedaan.

Ook houdt MAMA sinds jaren een aantal basisgegevens van haar publiek bij d.m.v. scheurenquêtes. In het recente onderzoek naar de doorstroming van onze Rookies door Veldwerk (2014) blijkt wederom dat het Rookies traject erg waardevol is en van belang is voor de persoonlijke en professionele ontwikkeling van de deelnemers. Zij geven aan door hun betrokkenheid bij MAMA een betere uitgangspositie op de arbeidsmarkt te hebben. '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.'

Communicatie

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, Instagram, Youtube, stickers, website en intensief een-op-een flyeren. We maken veel gebruik van sociale media toepassingen, ook met inzet van kunstenaars en Rookies team.

MAMA werkt sinds 2013 samen met grafisch ontwerp bureau OONA. OONA maakt bij elk project costum-made drukwerk en digitale uitingen, gebaseerd op de idee van verschillende doelgroepen: 'De Liefhebber', 'De Cultuurconsument', 'De Voorbijganger' en 'De Screenager'. OONA ziet vooral mogelijkheden in de persoonlijke benadering, maar zet ook in op visuele communicatie via de gevel van het pand (bijvoorbeeld via vlaggen, belettering en borden).

MAMA heeft een database met rond de 2000 (e-mail)adressen waarvan ongeveer 450 perscontacten. MAMA heeft speciale aandacht voor de pers die jongeren bedient zoals Vice, Glamcult en NRC-Next. Ook gratis kranten als Metro, de Rotterdamse huis-aan-huisbladen en dagbladen als de Volkskrant en NRC schrijven regelmatig over MAMA's projecten. Wij profileren ons echter vooral actief op sociale media en besteden veel aandacht aan (en krijgen veel aandacht van) online agenda's, blogs, magazines, dagbladen en culturele portals, zowel nationaal als internationaal in aansluiting bij ons "internet aware" en jonge publiek.

Waar mogelijk maakt MAMA – over en weer – slim gebruik van de communicatiemiddelen en netwerken van haar samenwerkingspartners (Kunstblock met name) en gaan wij mediapartnerschappen aan zoals in 2014 voor Undertow met New Dawn.

Het aantal Facebook fans en Twitter volgers steeg naar –afgerond– 4000 en 2800 gebruikers t.o.v. 3000 en 2200 vorig jaar. Ook Rookies zijn actief op onze Facebook pagina en Twitter account. Er zijn besloten Facebook-groepen voor Rookies en Rookies MA en Rookies Junior. Daarnaast heeft het Rookies Junior traject Animated Youngsters een eigen Facebook-pagina gekregen, met de naam Animated Youngsters. MAMA's huidige website www.showroommama.nl is eind 2011 online gegaan. In 2014 had de website 18.141 bezoeken en 45.381 pageviews. Dit cijfer is redelijk stabiel over de afgelopen jaar.

Regelmatig vinden op projectbasis specifieke communicatie-acties plaats. Rookie Marèl Jap-Sam maakt vlogs van de deelnemers van het Animated Youngsters traject. Bij veel tentoonstellingen worden magazines uitgegeven, gebaseerd op interviews met de kunstenaars, bijvoorbeeld bij JODI en Social Image, vaak in samenwerking met performance-interview duo Sandwitz. Regelmatig adverteren we met een banner op www.trendbeheer.com.

Het Rookies Junior traject Animated Youngsters heeft een eigen website: <http://animatedyoungsters.nl>. Ook 100% Hedendaags, het educatieve programma met Witte de With en TENT heeft een eigen website: <http://100procenthedendaags.nl>. Ook Kunstblock is actief op het web, met <http://kunstblock.nl/>, een eigen Facebookpagina en Twitteraccount en accounts voor De Derde Dinsdag en het festival de Wereld van het Witte de Withkwartier.

MAMA genereerde in 2014 redactionele aandacht van o.a.: Metro, NRC Next, Glamcult, het Boekman Cahier, Volkskrant en H ART. Ook online is er veel aandacht voor MAMA, uit zowel nationale- en internationale bronnen: Trendbeheer, Kunsthart, CultuurBewust.nl, Mister Motley, Blikvangen, PARKETT, furtherfield.org, AVRO cultuurgids, e-artnow.org, bogue.nl, weownrotterdam.nl, SFAQ, GetVamos, Volkskrant, Nordic Vibes, Hip-HopHuis, Redbull Skateboarding, kunstbeeld.nl, en een kleine vermelding in de NY Times.

4. ORGANISATIE (BEDRIJFSVOERING)

De speerpunten van MAMA's bedrijfsvoering zijn hoge artistieke kwaliteit, talentontwikkeling binnen de organisatie en beheersing van bedrijfsprocessen.

MAMA gedraagt zich als een projectorganisatie. Projecten worden ontwikkeld in verschillend samengestelde teams, bestaande uit kunstenaars, stafleden, Rookies en externe deskundigen. Binnen de organisatie zijn de speerpunten leren werken, doorstroming van talent, borging van kennis en vaardigheden in de organisatie en ondernemend samenwerken met kunstenaars en college-instellingen.

In 2014 is de samenwerking met Kunstblock geïntensiveerd. Dit is de samenwerking tussen Witte de With, MAMA, CBK (TENT), WORM en V2. Het doel van Kunstblock is om samenwerking tussen de instellingen te vergemakkelijken, met name voor producties die de reikwijdte en organisatiekracht van de individuele instellingen te boven gaan. Kunstblock organiseert het festival De Wereld van het Witte de Withkwartier, De Derde Dinsdag en de maandelijkse kunstkoopavond. De samenwerking is inhoudelijk – er worden gezamenlijk programma's gemaakt – en op het gebied van communicatie. Voor 100% delen we de backoffice met Witte de With en Tent. Door samen te werken en onderling af te stemmen vergroten wij ons publieksbereik en de samenwerking leidt tot een meer divers aanbod. Sinds Kunstblock wordt er over de hele linie inhoudelijke en productioneel meer gebruik gemaakt van elkaars kennis, faciliteiten en medewerkers.

We hanteren een minimaal aantal fte's van rond de 4 fte. om de continuïteit van de organisatie en de kwaliteit van de programmering te behouden evenals de begeleiding van talent te kunnen waarmaken.

De schil van kunstenaars, makers, (alumni) Rookies en bestuursleden rond MAMA maakt dat de kleine staf steeds een beroep kan doen op een groot arsenaal aan kennis en inzet, wat een grote waarde vertegenwoordigend. Binnen de bedrijfsvoering speelt wederkerigheid een belangrijke rol. Rookies en kunstenaars die bij ons een eerste professionele platform werd geboden geven ons een deel van deze investering terug. Dit gebeurt in diverse vormen: als vrijwilliger, als ambassadeur, mentor, coach, maker, (gast)curator, communicatie- en educatie expert, fondsenwerver, enzovoort. Dit systeem is toekomstbestendig en heeft potentie en is ook een van onze antwoorden op de vraag naar meer ondernemerschap in de kunstsector. Investering in de (beroeps)praktijk en professionaliteit en kwaliteit in de aan ons verbonden jonge talenten is op deze manier ook een

investering in de toekomstbestendigheid van MAMA, en de rest van de culturele infrastructuur van Rotterdam (Nederland).

De organisatie zag ook veranderingen. In november 2014 namen we afscheid van curator Gerben Willers. Willers was een van de drijvende krachten achter Showroom MAMA en heeft de afgelopen zeven jaar als curator een grote bijdrage geleverd aan het programma. We hebben, in Marloes de Vries een uitstekende opvolger gevonden, sinds december 2014.

Alyssa Mahler, bureau- en communicatiemedewerker, stroomde door naar een fulltime positie bij Shop Around in Amsterdam. Ook voor haar is een opvolger inmiddels aan de slag, Romée Mulder, sinds december 2014.

Personele bezetting (eind december 2014):

Ariadne Urlus Directeur (0,8 fte)

Gerben Willers /Marloes de Vries Curator (0,8 fte)

Margriet Brouwer Talentontwikkeling (0,8 fte)

Alyssa Mahler/Romée Mulder Bureau en communicatie (0,4 fte)

Lori van Vlerken Assistent Curator (0,4 fte)

Ivo Sieben Techniek (0,5 fte)

Totaal 3,7 fte

Extern:

Force Finance Administratie

Catching Media Systeembeheer

Bestuur Stichting Public Art Squad

(stand van zaken december 2014)

P.J.C (Paulette) Verbist (voorzitter)

L.G.F (Bart) van de Laak (penningmeester)

I. (Ingrid) Commandeur (secretaris)

C.J. (Coen) Göebel

J.M. (Janine) Kratzenberg

Rookie bestuurslid I.J. (Ilse) Dankers

Cultural Governance

Stichting Public Art Squad wordt bestuurd volgens het Bestuur + Directie model. Het bestuur onderschrijft de principes en best practice bepalingen van dit model zoals beschreven in de code cultural governance en spant zich in hieraan te voldoen conform de omvang van de stichting en haar activiteiten en het daaraan verbonden financieel- en maatschappelijk belang.

Huisvesting

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

Per 2013 is het kantoor aan de Kromme Elleboog opgezegd om de vaste beheerslasten omlaag te brengen, nodig door de stopzetting van de landelijke BIS financiering. We creëerden een klein kantoor en een aantal flexplekken in de showroom. Al snel bleek dat kantoor houden in de showroom niet ideaal is. Positief was wel het directe contact tussen staf en publiek en staf en Rookies en het verlevendigen van de showroom.

De behoefte aan kantoorruimte is in 2014 vervuld met werken vanuit huis en op locatie, eind 2014 mede vergemakkelijkt door een aanpassing aan de ICT infrastructuur die dit mogelijk maakte. Daarnaast is 2014 is voor de Rookies projecten extra ruimte gehuurd. Voor de Rookies MA was er een ruimte in het HipHopHuis; voor de Rookies Junior trajecten is een extra ruimte gehuurd via Creatief Beheer op de Westzeedijk. In 2015 staat hoog op onze verlanglijst een extra kantoorruimte in de buurt van de Witte de Withstraat, die ook door Rookies (junior, MA) te gebruiken is. Voor 2015 hopen we een meer duurzame oplossing te vinden voor ons kantoorprobleem.

5. PRESTATIES

PRESTATIES	Prestaties 2014	Waarvan in Rotterdam	Jaarplan 2014	Waarvan in Rotterdam	Jaarverslag 2013
Aantal producties	68	68	19	18	85
Aantal presentaties	18	18	15	14	15
Aantal bezoekers/deelnemers	38.665	38.665	21.000	21.000	189.604

MAMA heeft de prestaties zoals beloofd in het jaarplan 2014 behaald. Hieronder volgt een korte toelichting op de meest in het oog springende aantallen, en vergelijken we de prestaties met de beloofde prestaties en de behaalde prestaties van vorig jaar.

Voor een compleet overzicht van de prestaties 2014 verwijzen wij naar het aparte rapport van assurance door Zirkzee-groep accountants, voorzien van een goedkeurende verklaring met een beperkte mate van zekerheid, opgemaakt ten behoeve van de gemeente Rotterdam. In de jaarrekening is daarnaast als bijlage een overzicht van de prestaties opgenomen t.b.v. het Mondriaan Fonds.

Met 68 verschillende producties zit MAMA ruim boven het aantal beloofde producties van 19. Dit verschil is, net als in 2013, te verklaren door een definitiebepaling. Tel je een reeks events als één productie of als losse producties? Wij telden de losse events, ook de kleinsten, een Rookies bijeenkomst bijvoorbeeld, om de volle rijkdom van ons programma recht te doen. Mogelijk kiezen wij ervoor in het volgende beleidsplan dit anders te definiëren. Hoe dan ook hebben we een rijk jaar achter de rug, productief, en van hoge kwaliteit. We waren zichtbaar in de stad en ver daarbuiten, ook al vonden alle producties dit jaar plaats in Rotterdam.

Ook onze deelname aan Kunstblock draagt bij aan een rijk geheel van tentoonstellingen, events en educatie-evenementen. We publiceerden in 2014 meer dan in vorige jaren, door vaker rondom een project of tentoonstelling een magazine of editie uit te brengen. Van de 68 producties rekenen we er 18 tot de presentaties: tentoonstellingen en presentaties talentontwikkeling. Presentaties is daarmee een deelverzameling van de producties.

In 2014 heeft MAMA met haar producties, tentoonstellingen en events in totaal 38.665 personen bereikt. Een aanzienlijk deel van deze bezoeken is bereikt op Projections, onderdeel van Art Rotterdam 2014, waar kunstenaarsduo JODI een werk presenteerde en waar maar liefst 21.500 bezoekers op af kwamen.

Ook de productie Seven Days of Happening, het resultaat van het Rookies MA programma, leverde een groot aantal bezoekers op, ruim 7.221, ook omdat het deels geprogrammeerd was tijdens het festival Wereld van het Witte de Withkwartier, waar ruim 40.000 op af kwamen (niet meegeteld overigens).

Dat het bereik desalniettemin een aanzienlijk stuk lager is dan vorig jaar, is toe te wijzen aan de samenwerking met de Kunsthal Rotterdam in 2013. Rookies junior werkten mee aan de tentoonstelling van JP Gaultier, waardoor wij het bezoekersaantal van deze blockbuster bij ons bereik hebben kunnen tellen.

Los van de vertekening die dit soort blockbusters geven 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.

EDUCATIE	Prestaties 2014		Jaarplan 2014		Jaarverslag 2013	
	PO	VO	PO	VO	PO	VO
Binnenschools						
Deelnemers	nvt	1.050	nvt	100	nvt	0
Contacturen	nvt	55	nvt	8	nvt	0
Buitenschools	<25	>25	<25	>25	<25	>25
Deelnemers	193	11	515	10	769	10
Contacturen	2.742	33,5	2500	20	3.775	20

Ook op het beleidsonderdeel educatie (en talentontwikkeling) heeft MAMA een mooi jaar gedraaid. De totalen zijn boven de norm; de indeling in het raster laat wat vertekeningen zien. Elk jaar puzzelen wij weer met de definities van binnen- en buitenschools. In 2014 is als binnenschools geteld al die leerlingen VO die binnen schoolverband meedoen aan een project bij MAMA, ook als het project feitelijk in de showroom plaatsvindt. Met name door de invoering van 100% Hedendaags samen met Tent en Witte de With groeit ons educatieve bereik VO gestaag, met een bereik van 1.050 leerlingen VO in 2014. (NB: een deel van deze leerlingen telden we in het jaarplan mee bij buitenschools VO).

Alle educatieprojecten en talentontwikkelingstrajecten van MAMA hebben als primaire doelgroep jongeren/jong volwassenen tot 25 jaar. Echter: een enkeling – met name in de zgn. praktijkverdiepende trajecten, is net wat ouder. In 2014 telden we de deelnemers aan de praktijkverdiepende trajecten Social Image en Undertow mee als deelnemers ouder dan 25 (11).

In totaal bereikte MAMA met haar educatieve aanbod 1.254 deelnemers (1.050 + 193 + 11) waarin wij (stafleden en externe masters en coaches) in totaal 2.830,5 (55 + 2.742 + 33,5) begeleidingsuren stopten. Ter vergelijking: vorig jaar bereikten wij in totaal 869 educatieve deelnemers, met een totaal van 3.795 begeleidingsuren. NB Dit verschil in begeleidingsuren zit grotendeels in het intensive Rookies junior van 2013.

6. BEGROTING

Formulier verkorte exploitatierekening (€ x1000)	Begroting 2014	Resultaat 2014
BATEN		
A. Opbrengsten		
<i>Directe opbrengsten:</i>		
A.1 Publieksinkomsten (specificatie)	0	0
A.2 Sponsorinkomsten	0	0
A.3 Overige inkomsten (specificatie)	30	12
Verkopen/Diensten	15	11
Donaties/crowdfunding/sponsoring	15	1
<i>Indirecte opbrengsten:</i>		
A.4 Diverse inkomsten (specificatie)	1	6
Indirecte inkomsten	1	6
B. Bijdragen		
B.1 Meerjarige subsidie OCW /Mondriaan Fonds	150	150
B.2 Meerjarige subsidie provincie	0	0
B.3 Subsidie gemeente Rotterdam in het kader van het Cultuurplan	156	158
B.4 Overige subsidies/bijdragen uit publieke middelen	20	11
B.5 Overige bijdragen uit private middelen (specificatie)	40	0
Som der baten (A + B)	397	337
LASTEN		
C. Beheerslasten		
C.1 Beheerslasten personeel	63	70
- directie	49	47
- secretariaat	11	10
- financiële zaken		10
Overige personeelslasten	3	3
C.2 Beheerslasten materieel	28	21
- huisvestingslasten	3	1
- kantoorkosten	24	19
- algemene publiciteitskosten	0	0
- afschrijvingskosten	1	1
D. Activiteitenlasten		
D.1 Activiteitenlasten personeel	143	137
D.2 Activiteitenlasten materieel	163	107
Som der lasten (C + D)	397	335
Saldo rentebaten / -lasten	0	1
SALDO	0	1

Reflectie op het resultaat

We ronden 2014 af met een positief resultaat van 1.309. Over de hele linie zijn de kosten en baten voor de bedrijfsvoering en activiteiten in balans. De totale omzet was een slag kleiner dan in 2013, waarvan toen vooral de realisatie van het gerealiseerde kunstwerk in de openbare ruimte, Twist & Shout, de oorzaak was.

Het Mondriaan Fonds ondersteunt ons in 2013-2014 (en 2015-2016) in het kader van haar meerjarenprogramma voor presentatie-instellingen en de gemeente Rotterdam honoreerde onze aanvraag in het kader van haar meerjarenbeleid 2013-2016.

Voor de jaarrekening is als normbegroting de jaarbegroting 2014 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 aan de batenkant, bij de post subsidie gemeente Rotterdam. Dit bedrag ad. € 2.500 is in de lastenkant in mindering gebracht op de post activiteitenlasten personeel. Wij hebben toestemming van het Mondriaan Fonds om de DKC jaarbegroting als normbegroting in de jaarrekeningen 2013 en 2014 te gebruiken.

Baten

Ook in 2014 is succesvol een beroep gedaan op publieke en private fondsen om projecten te financieren. Dit komt echter nog niet tot uitdrukking in de resultaten van 2014 bij de publieke en private bijdragen, omdat twee projecten waarvoor extra projectsubsidies zijn ontvangen grotendeels pas in 2015 worden uitgevoerd, Internationaal en Animated Youngsters. Daarom worden ook de baten aan 2015 toegerekend.

De realisatie van de directe opbrengsten, onderdeel van de eigen inkomsten, bleef in 2014 achter bij de begrote norm. Onder deze post vallen verkopen (commissie op verkopen) van kunstwerken, (educatieve) diensten, entree voor events, verkoop van boeken etc.

Er is bij de normbegroting ambitieus ingezet op directe opbrengsten, wellicht toen te ambitieus. Daarom zijn we in 2014 gestart met een traject ter versterking van ons ondernemerschap. Een verdere toelichting over het ondernemerschapstraject leest u in de paragraaf Ondernemerschap.

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 ook hieronder gerubriceerd zijn. De beheerslasten materieel zijn lager dan in 2013 en dan de begroting 2014 vanwege meevallende accountantskosten: er zijn in 2014 geen accountantsverklaringen voor projectverantwoordingen nodig geweest.

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.

De activiteitenlasten personeel zijn iets lager dan begroot, omdat minder gebruik is gemaakt is van het inhuren van derden. Aan de andere kant zijn de kosten voor vaste en tijdelijke medewerkers gestegen in 2014. Dit is toe te schrijven aan het in dienst nemen van een extra medewerker, assistent curator Lori van Vlerken, voor 0.2 fte.

De activiteitenlasten materieel zijn lager dan begroot vooral door het doorschuiven van de projecten Animated Youngsters en Internationaal.

Balans

Het balanstotaal is per ultimo 2014 40% toegevoegen ten opzichte van het voorgaande jaar. Dit komt aan de passiefzijde met name doordat er in 2014 subsidies toegekend, en voorschotten ontvangen zijn voor projecten die (grotendeels) in 2015 worden uitgevoerd. Aan de actiefzijde is de belangrijkste oorzaak van de stijging van het balanstotaal de vordering die nog open staat op het Mondriaan Fonds uit hoofde van de afrekening van de over 2013 en 2014 toegekende subsidie. Verder zijn er investeringen gedaan in onder meer beamers, na diefstal uit de opslag. Hierdoor is de post materiele vaste activa gestegen. Het eigen vermogen is versterkt met het exploitatieoverschot van 2014.

Friciekosten OCW

Met toestemming van OCW heeft MAMA in 2014 een deel van de frictiekostenvergoeding OCW (€35.035, te besteden voor 1 januari 2016, beschikking dd 02-06-2014 kenmerk 634211) gebruikt voor het versterken van de bedrijfsvoering met een ondernemerschapstraject o.l.v. Ruth Giebels. Doel van het traject is om in de toekomst en duurzaam meer eigen inkomsten te realiseren. Ook is een deel van de frictiekostenvergoeding besteed aan een investering in ICT om het werken op locatie en vanuit huis mogelijk te maken. Dit omdat MAMA in 2013 haar kantoor heeft moeten opgegeven en sindsdien met flexibele werkplekken werkt.

BKV

Met een bijdrage uit de Geldstroom Beeldende Kunst en Vormgeving (BKV) moeten instellingen ruimte bieden aan talent, de relatie tussen productie en presentatie en aanbod en publiek versterken en de sector professionaliseren. MAMA heeft met succes voor 2013-2016 een beroep gedaan op deze Rijksregeling. In 2014 hebben we de BKV gelden gebruikt in twee praktijkverdiende trajecten: Social Image en Rookies MA's Seven Days of Happening. Ook scharen wij de werkzaamheden en producten van OONA hieronder, verantwoordelijk voor MAMA's huisstijl en alle communicatie-uitingen.

Wij stelden dat conform de BKV regeling van de totale bijdrage 70% direct inkomensvormend zou zijn. De bedragen die zijn toegerekend aan de BKV gelden betreffen uitsluitend de kosten voor honoraria en ontwikkelingskosten van nieuwe kunstwerken. De overige 30% betreffen een toerekening van de kosten die MAMA maakt voor het presenteren en distribueren van het nieuwe werk, in personele en materiële zin.

Risicobeheersing

Hoewel het resultaat naar behoren is, is het bestuur alert op de financiële positie van MAMA, ook voor de toekomst. De besteding van de OCW frictiegelden in het ondernemerschapstraject geeft het nodige vertrouwen dat MAMA in de nabije toekomst kansen creëert om haar eigen inkomsten en directe opbrengsten op duurzame wijze te vermeerderen.

Omdat MAMA werkt met een kleine vaste bezetting is uitval of ziekte een risico. Dit risico is deels afgedekt met een ziektekostenverzekering sinds 2010. Omdat MAMA werkt met jonge mensen die relatief onervaren zijn en een redelijk snelle doorstroming van mensen kent, zijn voor alle belangrijke taken draaiboeken en protocollen opgesteld, die steeds worden geactualiseerd. Borging van kennis en ervaring in de organisatie is een continu aandachtspunt.

MAMA heeft een systeem voor de interne controle geïmplementeerd, vastgelegd in een administratieve organisatie, die jaarlijks met bestuur en accountant wordt geëvalueerd. In dit systeem zijn alle mogelijke voorzorgen genomen om diefstal en fraude e.d. zo veel als mogelijk uit te sluiten.

Voor de periode 2015 en verder wordt vooral gekeken naar waar kansen liggen: dit betreft het vergroten en verduurzamen van het eigen verdienvermogen, maar ook incidentele fondsen en overige geldstromen van buiten de (Nederlandse) kunstsector. In aanvraag (inmiddels loopt de derde versie) is bijvoorbeeld een Europese bijdrage, waarvan op moment van schrijven nog geen uitsluitsel te geven is. MAMA komt in 2015 en 2016 ook in aanmerking voor een ondersteuning presentatie-instellingen van het Mondriaan Fonds. De tussentijdse evaluatie van de gemeente Rotterdam die als voorwaarde was gesteld voor de beleidsperiode 2013-2016 heeft in het voorjaar van 2014 plaatsgevonden en is met een positief advies van de RRKC afgerond, welke vervolgens is overgenomen door de gemeenteraad Rotterdam. Dit betekent dat MAMA ook in 2015 en 2016 in de basisinfrastructuur van de gemeente Rotterdam is opgenomen met een structurele ondersteuning.

Er wordt getracht tevens wat ruimte te creëren voor het opvangen van onvoorziene ontwikkelingen. Er is per 31-12-2014 een Algemene reserve van € 24.829 en een bestemmingsfonds Mondriaan Fonds van € 2.654. Dit laatste bedrag zal ten goede komen aan de activiteiten 2015.