

Als kunstenaar aan het werk

Door Lilie Hsia

Scriptie tentamenonderdeel

Derdejaars 2020-2021

Wackers Academie

Amsterdam, 14 mei 2021

Inleiding

Kunst maken is een vak en sich. Het is een voltijdbaan waarin de kunstenaar zijn of haar ziel en energie stopt om zich te kunnen uiten. Het kunstwerk of de kunstenaar zelf als product staat/staan hierbij centraal. Echter om een succesvolle kunstenaar te zijn is het op orde stellen van de zakelijke kant van essentieel belang om het werk te kunnen blijven doen en in het ergste geval te kunnen overleven. Een kunstenaar is immers een ondernemer.

Deze scriptie gaat over hoe je je als kunstenaar op de markt zet en hoe je op een professionele wijze te werk kan gaan om werk te verkopen.

- Hoe kan een kunstenaar zichzelf financieel onderhouden en zorgen voor een continue geldstroom? Hoe worden prijzen bepaald?
- Hoe wordt de boekhouding gedaan?
- Wat is de doelgroep en hoe kan deze worden benaderd?
- Welke verkoop- en marketingkanalen kunnen er gebruikt worden?
- Welk netwerk kan hij of zij betreden?
- Welke kunstverenigingen of stichtingen zijn er waar de kunstenaar zich bij kan aansluiten?
- Welke werkruimte heeft een kunstenaar en hoe komt hij of zij hieraan?
- Hoe zit het met de internationale kunstmarkt en -handel?

In deze scriptie wordt getracht om deze vragen te beantwoorden en zal er naar de zakelijke kant van kunstenaarschap worden gekeken.

De scriptie is een onderdeel van de tentamenopdrachten die ik als student van de Wackers academie schrijf ter afronding van het derde jaar om in september 2021, het vierde jaar, naar het afstudeerjaar te mogen.

Inhoudsopgave

Financieel plan

pagina 4

Prijsbepaling of uurtarief

Financiering

Offerte en factuur

Administratie

Belasting en –voordelen

Subsidies

Marketingplan

pagina 5

Doelgroep

Acquisitie

Promotie en presentatie

Netwerken

Onlinemarketing

Exposities, beurzen en galeries

Werkruimte

pagina 7

Voorwaarden

Internationale kunstmarkt

pagina 8

Europese markt

Afhankelijkheid

Politieke en economische ontwikkelingen

Financieel plan

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vragen:

“Hoe kan een kunstenaar zichzelf financieel onderhouden en zorgen voor een continue geldstroom? Hoe worden prijzen bepaald? En hoe wordt de boekhouding gedaan?”

Prijsbepaling of uurtarief

Bovenop de zakelijke kosten (administratiekosten, verkoopkosten, autokosten kilometervergoeding, zakelijke verzekeringen, etc.) komen vaste en variabele lasten voor jouw privésituatie zoals huur of hypotheek, gas, water, licht, internet, verzekering, kleding, kapper, etc. Denk aan zelfstandigenaftrek en startersaftrek. Reserveer 8% vakantiegeld en 30% belastinggeld.¹

Financiering

Voor werving en acquisitie zie volgende pagina.

Offerte en factuur

De offerte is een bindend voorstel aan de potentiële klant met daarop de werkzaamheden, producten, planning en prijs. Nadat de opdracht is afgerond wordt de factuur verstuurd.

Administratie

Een goede administratie geeft inzicht in zaken zoals wat de verhouding is tussen kosten, omzet en besteedbare uren. Ook op basis daarvan kun je je eigen uurtarief bepalen. Daarnaast wordt de inkomsten- en omzetbelasting in de administratie bijgehouden. Je kunt ervoor kiezen om je administratie zelf bij te houden of uitbesteden. Bij het zelf doen krijg je meer gevoel bij de ontwikkeling van geldzaken en bij uitbesteding weet je zeker dat de boekhouding klopt en kun je advies krijgen.

Belasting- en voordelen

Bij rechtstreekse verkoop is de verkoop door de kunstenaar direct aan de consument/ koper. Wanneer je een kunstwerk aan een intermediair verkoopt, die het vervolgens aan een consument verkoopt, is de eerste verkoop belast met 9% en de tweede verkoop met 21% BTW. Kunstmaterialen zijn met 21% BTW belast. Dat geldt bijvoorbeeld voor lijsten, ophangmaterialen, verf, penselen, beitels en klei. De inkoop (kosten) van deze benodigdheden is wel aftrekbaar van je verkoop (omzet). Als je verf is verwerkt in het schilderij of de lijst om het kunstwerk zit, is het geheel belast met 9% BTW dus een kunstwerk met lijst is belast met 9% BTW.²

Subsidies

Het Mondriaan Fonds biedt een scala aan bijdragen voor kunstenaars, bemiddelaars, instellingen en opdrachtgevers op het gebied van beeldende kunst en cultureel erfgoed. Kijk voor meer info op mondriaanfonds.nl

1. KvK magazine 2020

2. nabk.nl

Marketingplan

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vragen:

“Wat is de doelgroep en hoe kan deze worden benaderd? Welke verkoop- en marketingkanalen kunnen er gebruikt worden? Welk netwerk kan hij of zij betreden?

Welke kunstverenigingen of stichtingen zijn er waar de kunstenaar zich bij kan aansluiten? ”

Doelgroep

Kunst is voor iedereen en is subjectief. Grof gezegd kun je een aantal doelgroepen onderscheiden:

- Kunstverzamelaars
- Mensen die kunst kopen voor in hun interieur of als cadeau
- De officiële kunstwereld: galleries en musea (die op hun beurt ook weer een doelgroep hebben)³

Acquisitie

Het belangrijkste bij acquisitie is om jezelf en de belanghebbenden zoals de doelgroep goed te kennen. Kunst kan worden gezien als een luxeproduct (al geldt dat voor sommigen niet zo) wat niet iedereen zich kan (of wil) veroorloven.

Belangrijk is om als kunstenaar en haar werken zoveel mogelijk gezien te worden bij kunstliefhebbers en potentiële kopers. Naast dat het werk door de aanschouwer gewaardeerd wordt is de gunfactor erg belangrijk. De kunstenaar zal goed moeten weten wat hij of zij aanbiedt en waar zij in uitblinkt. Nodig mensen uit in het atelier, vertel enthousiast over je werk en wat het voor jou betekent.

Promotie en presentatie

Bedenk wie je bent hoe jij jezelf als kunstenaar onderscheidt en neer wilt zetten. Weet waarom een potentiële klant jouw product moet afnemen en vertel wat je anders maakt dan anderen.

Zorg ook voor marketingmateriaal om achter te laten bij potentiële klanten. Wees origineel, laat je creativiteit hier gelden en zorg voor regelmatigheid en aantal terugkerende rubrieken. Het is ook leuk en nuttig om je volgers te laten zien waar je mee bezig bent en te vragen naar hun mening. Met een eigen stijl zorg je voor een herkenbare stijl, zodat mensen je herkennen en een sterkere positie in de markt.⁴

Netwerken

Toon je meerwaarde en profileer als expert op een specifiek onderwerp. Schrijf erover en zorg dat je altijd waardevolle informatie geeft waar anderen echt wat mee kunnen.

Meld je aan bij kunstverenigingen of stichtingen voor kunstenaars en natuurlijk kunstgalleries (fysiek en online) om je te vertegenwoordigen.

Ook kan de kunstenaar langsgaan bij lokale winkels en horeca om werken op te hangen en op deze manier gezien te worden. Een aantal handige instituten:

BNO is de branchevereniging voor Nederlandse ontwerpers en ontwerp bureaus. De organisatie adviseert bij zakelijke vraagstukken en organiseert onder andere seminars, masterclasses en events.

Boknet is een beroepsorganisatie voor professionele, zelfstandig werkende kunstenaars. Boknet biedt ondersteuning in ondernemerschap. Leden krijgen korting op materialen en diensten en er is een gratis juridische helpdesk.

Kunstenbond is een vakbond voor werknemers, freelancers, kleine zelfstandigen, starters en uittrekkers. De bond volgt maatschappelijke ontwikkelingen op de voet, heeft invloed op

beleidsvraagstukken en zorgt voor collectieve belangenbehartiging (zoals CAO's) en leden kunnen individuele hulp en advies krijgen.

Onlinemarketing

Als beeldende kunstenaar wil je dat jouw werk zoveel mogelijk gezien wordt. Online is natuurlijk de manier om in een korte tijd en vrij simpele manier zoveel mogelijk kliks te krijgen en gezien te worden.

Naast een fijne en mooie website is het van belang dat je de bezoeker zover krijgt om te gaan kopen en/of contact met je op te nemen, dit kun je doen door de site persoonlijk te maken en de bezoeker nieuwsgierig te maken. Zorg ervoor dat je vindbaar wordt in zoekmachines SEO en SEA.

Post met regelmaat op Sociale Mediakanalen zoals Instagram en wees relevant. Geloof in de kracht van herhaling. Geef tips, deel je successen maar ook je twijfels en onzekerheden.

Exposities, beurzen en galeries

Echte ontmoetingen tussen klant, kunstenaar en werken is toch wel het meest van belang. Immers gaat het om de verkoop van fysieke producten. Zet exposities op, doe mee aan beurzen om (nieuwe) mensen te ontmoeten, je werk te laten zien en persoonlijk over je werk te vertellen of laat het doen door galeries. Wel komt hier natuurlijk een kostenkaartje bij kijken en het afstaan van (een deel van) de winst/opbrengsten.

Werkruimte

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vragen:

“Welke werkruimte heeft een kunstenaar en hoe komt hij of zij hieraan? ”

Er lopen in Nederland meer kunstenaars rond dan er atelierruimten (beschikbaar) zijn. Gemeenten bepalen hierin hun eigen beleid. In Gemeente Amsterdam bijvoorbeeld is ruimte voor kunstenaars schaars.

In een aantal gemeenten, zoals Amsterdam, is de toekenning van een atelier centraal geregeld. Dit betekent dat een kunstenaar moet voldoen aan een aantal criteria op het gebied van beroepsmatigheid. Hierbij wordt o.a. gekeken of je een beroepsopleiding hebt doorlopen, naar buiten treedt als kunstenaar en beschikt over de faciliteiten die een kunstenaar nodig heeft. Meer informatie over het atelierbeleid vind je op de website van de gemeente. Amsterdam.nl/kunst-cultuur/ateliers-broedplaatsen.

De meeste grote steden hebben diverse ateliervoorzieningen voor kunstenaars, zoals antikraak of vaste en tijdelijke ateliers in bepaalde ontwikkelingswijken. Voorbeelden van antikraak organisaties die doen aan verhuur van werkruimtes die goedkoop (en tijdelijk) zijn: Zwerfkei, Alvast, Ad Hoc en Camelot.

Een andere mogelijkheid is wanneer je 1 of meer kunstenaars kent om gezamenlijk een ruimte te huren. De verhuurder zal vaak met een rechtspersoon te maken hebben. Ook is het mogelijk om een atelier aan huis te hebben. Hier gelden aparte belastingregels voor.

Voor kunstenaars die niet in een eigen atelier willen werken of dat niet kunnen bestaan er gezamenlijke werkplaatsen of flexplekken waar je tegen vergoeding gebruik van kunt maken. Deze werkplaatsen zijn er o.a. op het gebied van beeldende kunst, fotografie, grafiek, keramiek en digitale kunst. Ook kunstenaarsinitiatieven beheren vaak ateliers voor kunstenaars.⁵

Voorwaarden

Om in aanmerking te kunnen komen voor een atelier van de gemeente Amsterdam, woningcorporaties en broedplaatsen moet je voldoen aan 3 voorwaarden:

1. Je bent beroepsmatig kunstenaar; je moet voldoen aan de uitgangspunten die van toepassing zijn voor de basis- en toptoets, waaronder opleiding en vaardigheden, geproduceerd werk, motivatie en toekomst.
2. Je inkomen mag niet te hoog zijn; het verzameljaarinkomen mag niet hoger zijn dan 40.024,- euro.
3. Je gegevens en portfolio staan ingeschreven bij ABA, registreer via ateliers.amsterdam.nl. De registratie is 1 jaar geldig.⁶

5. beroepkunstenaar.nl

6. amsterdam.nl/kunst-cultuur/ateliers-broedplaatsen/

Internationale kunstmarkt

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag:

“Hoe zit het met de internationale kunstmarkt- en handel? ”

Europese markt

Europa vertegenwoordigt – omgerekend in handelswaarde - een derde van de internationale kunsthandel. Echter 66% procent hiervan is voor rekening van Engeland, dit komt doordat het vasteland van Europa, door regelgeving, fiscaliteit en regulering door de kunsthandel als minder aantrekkelijk wordt beschouwd. Na de Brexit kan Engeland deze voorsprong vergroten door regelgeving te beperken en de handel nog aantrekkelijker te maken terwijl in Europa de regelgeving alweer verder wordt aangescherpt. Het risico is dat de Europese kunsthandel verder achteropraakt en wordt beschouwd als een dure en administratief complexe markt wanneer je kijkt naar invoerrechten, exportvergunning, etc. Terwijl Londen zich kan richten op de bovenkant van de mondiale markt veranderen Europese landen in een interne markt voor het middensegment.

Afhankelijkheid

Galeries en kunsthandelaren zijn eigenlijk voor een groot deel van hun omzet afhankelijk van maar een klein aantal kunstenaars. Hoewel zij vaak meerdere kunstenaars representeren en kunstwerken hiervan verkopen, zijn het slechts een aantal ‘galerie stars’ die voor de goede cijfers zorgen. Gemiddeld wordt 42% van de inkomsten van galeries gedragen door 1 kunstenaar(!) en 63% van de inkomsten door de top 3 bestverkopende kunstenaars.

Bij de kunsthandel en veilingen zijn de cijfers vergelijkbaar. 1 kunstenaar is goed voor 38% van de omzet en de top 3 voor 60% van de omzet. Het inkomstenmodel is heel kwetsbaar voor veranderingen in de vraag en beschikbaarheid van werken door bijvoorbeeld het overlijden van de kunstenaar, een wisseling van galerie of het aanbod in de markt. Vooral de kleinere galeriën en handelaren zijn kwetsbaar. Door beperkte reserves of gebrek aan financieringsopties kan het wegvallen van een bestverkopende kunstenaar een grote negatieve impact hebben en zelfs het voortbestaan in gevaar brengen. Hiervoor geldt hoe meer gevestigde kunstenaars een galerie heeft in het topsegment, hoe minder kwetsbaar de galerie is.

Politieke en economische ontwikkelingen

De wereldeconomie is de laatste jaren gegroeid en dit is ook terug te zien in de economische groei van de kunstmarkt welke afgelopen jaar met 6% is gegroeid naar ca. 60 miljard euro. Ondanks dat de kunstwereld voor sommigen als een soort parallel universum met een eigen economie en eigen regels lijkt te bestaan, is de kunstmarkt ook gevoelig voor economische en politieke ontwikkelingen. De dreiging en het risico van toenemend nationalisme en protectionisme, veranderende economische handelscentra gelden ook voor de kunstmarkt.

Kunstverzamelaars en -handelaren laten de keuze voor kopen en verkopen afhangen van politieke en economische (in)stabiliteit. Enerzijds wordt gewacht op stabielere tijden waardoor het eigen vermogen wordt besteed aan kunst. Anderzijds is er ook sprake van een onzekere aandelenmarkt en economie wat het interessanter maakt om geld te beleggen in materiële activa die minimaal waarde vast, mogelijk meer waard wordt en beschermd is tegen het inflatierisico.⁷