

# De Appel

De Appel is de oudste presentatie-instelling van Nederland. De missie luidt: “De Appel ziet het als haar voornaamste opdracht om internationale ontwikkelingen in de actuele kunst aan de hand van steeds wisselende presentaties zichtbaar te maken voor een zo breed mogelijk samengesteld, nieuwsgierig publiek. De Appel wil actuele kunstvormen en kunstenaarspraktijken presenteren – tonen en doen ervaren. Ze wil deze ook in een context plaatsen, bevragen, discussies entameren – weten – en het publiek daarin laten delen.”

## Subsidieadvies

De Raad voor Cultuur adviseert Stichting De Appel een subsidiebedrag toe te kennen van € 500.000.

De Appel heeft een duidelijk omschreven missie en visie. Behalve tentoonstellingen van actuele kunst en een activiteitenprogramma voor een divers publiek bieden het *Curatorial Programme* en het *Gallerist Programme* internationaal succesvolle programma's voor talentontwikkeling. De Appel is een van de toonaangevende presentatie-instellingen met een grote internationale reputatie. De Appel verbindt kennis over kunst met de zintuiglijke ervaring van de kunst zelf en van de kunstenaarspraktijk. Met het curatorenprogramma biedt De Appel internationaal succesvolle programma's voor talentontwikkeling.

De samenwerkingsverbanden die De Appel (inter)nationaal onderhoudt met andere instellingen, kunstenaars en theoretici dragen bij aan het versterken van de eigen missie. De raad vindt het activiteitenplan van De Appel goed doordacht, afwisselend en artistiek veelbelovend. In mei 2012 verhuist De Appel naar een nieuw pand dat meer ruimte biedt om de verschillende ambities te realiseren.

De raad vindt het plan van De Appel op het gebied van ondernemerschap en marketing voldoende onderbouwd en de verwachtingen lijken realistisch.



€ **500.000**  
geadviseerd  
subsidiebedrag

€ **500.000**  
gevraagd  
subsidiebedrag

*De aanvraag is gebaseerd op artikel 3.29 van de Regeling op het specifiek cultuurbeleid.*

## Beoordeling

### Kwaliteit

De Appel behoort tot de toonaangevende presentatie-instellingen van Nederland met een grote internationale reputatie. Ondanks huisvestingsperikelen bleef de kwaliteit van tentoonstellingen en activiteiten de afgelopen jaren onveranderd hoog. Het getuigt van elan en durf om steeds nieuwe wegen in te slaan; niet alleen binnen de muren van het eigen gebouw, maar nadrukkelijk ook daarbuiten. Zo organiseert De Appel samen met het Stedelijk Museum, de Universiteit van Amsterdam en het tijdschrift *Metropolis M* een goed bezocht lezingenprogramma met een keur aan belangrijke internationale sprekers. Daarnaast voert de directeur het debat over de kunsten met verve in de media.

De verschillende activiteiten zijn nauw met elkaar verweven en goed doordacht. Voor De Appel is het tonen van actuele kunstvormen even belangrijk als het debat daarover organiseren. Het verwerven van kennis over kunst is niet losgezongen van de zintuiglijke ervaring van kunst zelf en van de kunstenaarspraktijk. Het siert De Appel dat het ook een sociale plek wil zijn waar een gemêleerd publiek van jongeren, geïnteresseerden, kunstenaars en andere professionals in een informele sfeer met elkaar van gedachten kunnen wisselen.

De raad vindt dat het programma voor 2013 – 2016 er veelbelovend en afwisselend uitziet. Enerzijds bouwt het voort op sterke punten uit het verleden, zoals het selecteren en presenteren van onbekend (inter)nationaal talent in solo- en groepstentoonstellingen; anderzijds zoekt men ook aansluiting bij grote publiekstentoonstellingen die elders in musea plaatsvinden. In 2011 gebeurde dit al met de tentoonstelling 'Genie zonder talent. Iedereen kan alles.' Verwijzend naar de ZomerExpo in het Gemeentemuseum Den Haag, plaatste deze op een inventieve manier vraagtekens bij de verschillen tussen amateurs en professionele kunstenaars.

### Publieksbereik

Ondanks inspanningen zijn de behaalde bezoekcijfers in 2009 – 2010 (bijna 7.000) aan de lage kant. De verhuizing naar een nieuwe, centraal gelegen locatie met meer faciliteiten en de verruimde openingstijden scheppen vertrouwen. De beoogde toename tot 16.000 bezoekers lijkt haalbaar. De kwaliteit en variatie van de voorgenomen activiteiten en de manier waarop men het publiek via verschillende (digitale) media wil bereiken, zal hieraan een positieve bijdrage leveren.

### Cultureel ondernemerschap

Het ondernemingsplan is redelijk goed onderbouwd, al leunt het nog zwaar op subsidies van Rijk en gemeente. De instelling heeft op grond van de tegenvallende eigen inkomsten in 2011 een toegankelijker vorm voor het werven van donateurs gekozen, die tot een beter resultaat zou moeten leiden. De raad heeft vertrouwen in de verwachte toename van de eigen inkomsten. De Appel heeft een ambitieus en professioneel uitgewerkt marketingplan ingediend. Gelet op de grote diversificatie in doelgroepen en benaderingswijzen zou

het te prijzig en arbeidsintensief kunnen zijn voor een kleine instelling. Daarbij blijft het onzeker wat dit plan in financiële zin gaat opleveren, al lijken de bezoekersaantallen haalbaar.

Het voornemen om een educatief medewerker aan te trekken en geen fondsenwerver, verhoogt deze onzekerheid, maar is veelzeggend voor de serieuze, inhoudelijke inzet op het terrein van educatie en publieksbereik.

De Appel beschikt over een uitstekend netwerk van (inter)nationale contacten en blijkt goed in het kiezen van strategische partners om mee samen te werken.

## Educatie

Het educatiebeleid is sterk in ontwikkeling. Terwijl de primaire doelgroep van De Appel vanouds volwassenen zijn, richt men zich – in samenwerking met de Stichting Discussiëren kun je leren – nu ook op jongeren tussen 12 en 23 jaar. In het nieuwe pand zullen beeldend kunstenaars workshops geven aan kinderen tussen drie en twaalf jaar en hun ouders. Voor volwassenen heeft De Appel samen met Witte de With in Rotterdam ‘Art for All’ ontwikkeld: een instapcursus waarin actuele vragen over hedendaagse kunst aan de orde komen.

## (Inter)nationaal belang

De Appel geniet ruime internationale bekendheid; niet alleen door de lange staat van dienst, maar vooral door de niet aflatende stroom van inspirerende ideeën die in nauwe samenwerking met partners in binnen- en buitenland verder worden ontwikkeld. Voorbeelden hiervan zijn de door De Appel geïnitieerde opleidingen voor jonge curatoren en aankomende galeriehouders.

## Talentontwikkeling

Het *Curatorial Programme* vond al veel navolging in het buitenland. Veel afgestudeerden aan deze opleiding bekleden inmiddels invloedrijke posities in binnen- en buitenland. Om de internationale contacten te versterken, gaat De Appel een alumninetwerk opzetten.

In 2013 gaan, in samenwerking met zusterorganisaties in New York en Guangzhou, in China twee nieuwe cursussen voor curatoren van start. In Azië schieten de nieuwe kunstinstututen en kunstprojecten als paddenstoelen uit de grond. Deze opleidingen willen voorzien in het gebrek aan voldoende geschoold autochtoon personeel.

Dit initiatief kan in de toekomst ook een bron van inkomsten worden. Tegelijkertijd staat De Appel aan de wieg van een nieuw, internationaal breed ondersteund *Gallerist Programme*, de eerste praktijkgerichte opleiding voor aspirant-galeriehouders.