

## Kunsthal membership

Het supportersprogramma van de Kunsthal bestaat uit de Kunsthal Vrienden en de Kunsthal Cirkel voor betrokken particulieren. Voor geëngageerde bedrijven, die bij de Kunsthal betrokken willen zijn, bestaat de Kunsthal Zakenkring en het Kunsthal Ambassadeurschap.

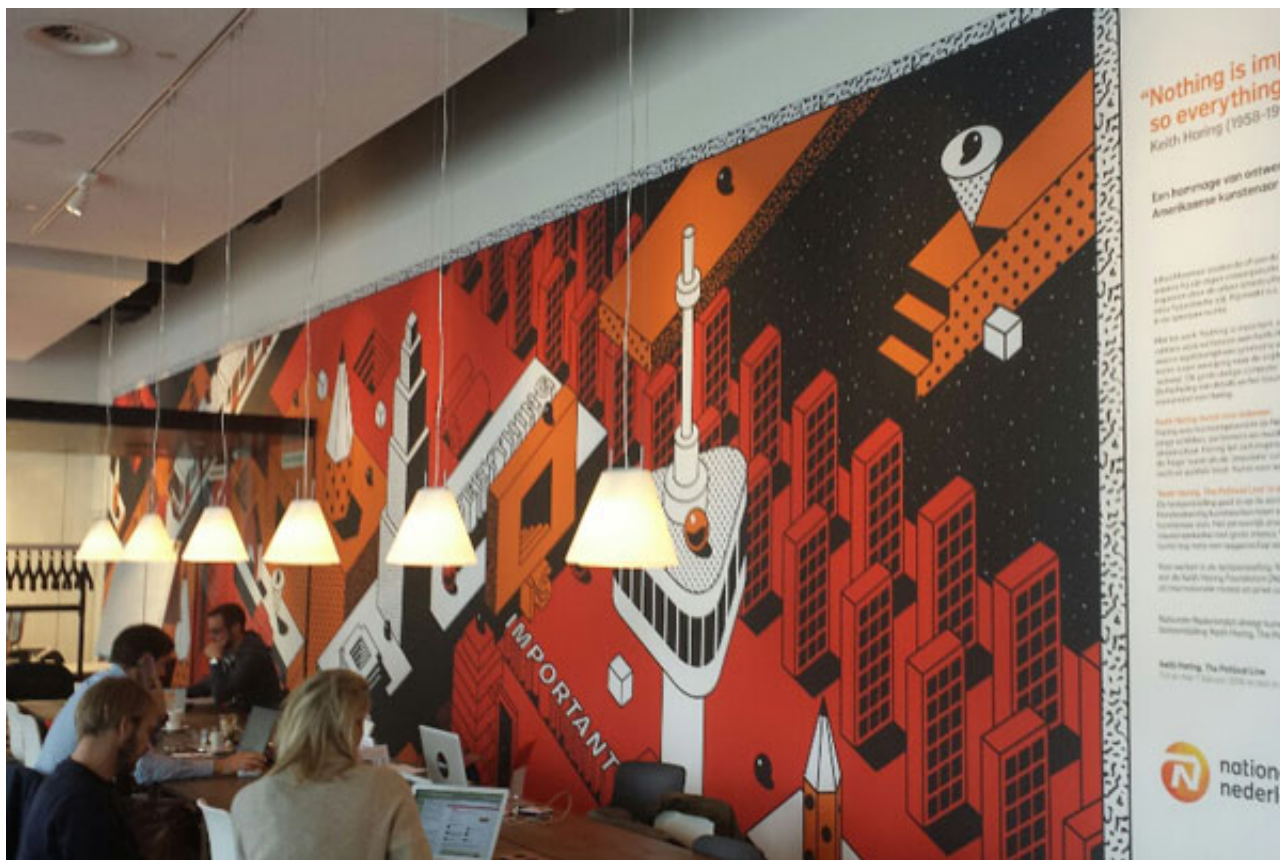
## Samenwerking met sponsors

De Kunsthal beschouwt zich een cultureel ondernemer en bedrijven uit Rotterdam en Nederland liëren zich graag aan de Kunsthal. Ook in 2015 hebben vele fondsen en sponsors de verschillende projecten van de Kunsthal op genereuze wijze gesteund. Naast de Kunsthal Zakenkring, MKB ondernemers met een hart voor kunst, zijn het met name de Kunsthal Ambassadeurs die een wezenlijk verschil mogelijk maken. Niet alleen vanwege de hogere en meerjarige bijdrage, maar vaker zijn er inhoudelijke raakvlakken of gezamenlijke ambities. Een goed voorbeeld is Nationale-Nederlanden met wie de Kunsthal de afgelopen twee jaar getalenteerde kunstenaars heeft getoond in het Kunsthal Light programma. In 2015 hebben Kunsthal en Nationale- Nederlanden, gezamenlijk JINC sollicitatietrainingen gegeven aan Rotterdamse VMBO leerlingen, waarbij de deelnemers voor het eerst kennis maakten met het werk van Keith Haring.

Vanwege de nauwe samenwerking met sponsors is een extra impuls gegeven aan de zichtbaarheid van de Kunsthal. Een mooi voorbeeld daarvan is de samenwerking met Schmidt Zeevis die niet alleen de verse haring verzorgde op de opening van de Keith Haring tentoonstelling en tijdens het Keith Haring Weekend, maar ook 54 transportwagens van reclame voor de Kunsthal voorzag.



Dankzij het loyale ambassadeurschap van Nationale-Nederlanden wordt eenmaal per jaar het drukbezochte NN DE café naast het Rotterdam CS ingericht, in nauwe samenwerking tussen de afdeling Art & Design van Nationale - Nederlanden en de Kunsthal. Gedurende de gehele looptijd van de Keith Haring tentoonstelling was in het NN DE Café onder de titel “Nothing is important, so everything is important” een hommage aan Keith Haring te zien van kunstenaar Johan Moorman.



RET heeft metrostation Beurs 'om niet' beschikbaar gesteld voor een opvallende City Dressing Campagne voor de Keith Haring tentoonstelling – ondersteund door Rotterdam Festivals en een samenwerking met Bijenkorf Rotterdam en tientallen ondernemers aan de Nieuwe Binnenweg. Ambassadeur MediaCenter Rotterdam verzorgde het prachtige drukwerk en de grote prints in dezelfde tentoonstelling.



De Kunsthal en ING hebben in 2015 de eerste Kunstbuzz georganiseerd voor ruim 300 scholieren uit de regio Rotterdam. Jaarlijks zullen de Kunsthal en ING voor ruim 1.000 scholieren de Kunstbuzz laten rijden. Leerlingen van scholen uit de regio Rotterdam worden met de bus op school opgehaald en zullen onder begeleiding tentoonstellingen in de Kunsthal bezoeken. De eerste ING Kunstbuzz ging naar de tentoonstelling 'Keith Haring. The Political Line'.

## Structurele sponsoring

### Hoofdsponsor ING

ING heeft zich voor drie jaar als hoofdsponsor aan de Kunsthal verbonden, met cultuur als verbindend element in de samenwerking. Kunsthal Rotterdam en ING willen kunst en cultuur voor een breed publiek toegankelijk maken. De Kunstbuzz is onderdeel van het nieuwe hoofdsponsorschap. Tjitske Benedictus, manager Sponsoring & Evenementen ING: "De samenwerking met de Kunsthal is een waardevolle aanvulling op onze culturele sponsorportefeuille. ING streeft ernaar om kunst en cultuur toegankelijk te maken voor een breed

publiek. Naast de Kunsthal sponsort ING ook andere Nederlandse iconen zoals het Rijksmuseum, het Koninklijk Concertgebouworkest, Koninklijk Theater Carré en het Drents Museum. ING kiest er voor om partnerships voor een langere termijn aan te gaan. Met deze ondersteuning draagt ING bij aan de instandhouding en ontwikkeling van deze belangrijke iconen.”

### **Begunstiger BankGiro Loterij**

De belangrijkste begunstiger van de Kunsthal is de BankGiro Loterij, dé cultuurloterij van Nederland. In 2015 ontvangt de Kunsthal de jaarlijkse bijdrage van € 200.000 van de BankGiro Loterij. De BankGiro Loterij heeft in 2011 de intentie afgegeven om de jaarlijkse bijdrage voor vijf jaar te verlengen. Daarnaast heeft de BankGiro Loterij een substantiële bijdrage geleverd in de vorm van ticketafname voor de Keith Haring-tentoonstelling en vond er een speciale VIP ontvangst voor deelnemer plaats. In samenwerking met de BankGiro Loterij is de Kunsthal in 2013 als pilot gestart met het werven van ‘geormerkte loten’. Bezoekers kunnen speciaal ‘voor de Kunsthal’ met de loterij meespelen en hebben in 2015 met hun lot de Kunsthal gesteund met een totaalbedrag van € 108.256. De Kunsthal staat landelijk op de vijftiende plaats waar de meeste geormerkte loten worden verkocht, met voor zich onder meer het Rijksmuseum en het Nederlands Openlucht Museum.

