

Cultureel ondernemerschap

Ondanks dat het jaar 2015 'in de min' is afgesloten weet de Kunsthal de economisch slechte tijden goed te doorstaan. Boven verwachting eigenlijk, want alle dreigende moeilijkheden zijn uitgekomen: de stijgende kosten, het langzaam op gang komen van een geefcultuur in Nederland, accumulatie van kleinere fondsbijdragen en een overbeviste sponsorvijver. Wat echter blijft is de continue zorg over de efficiëntie van het financieringssysteem en het gebrek aan extra middelen om verder te kunnen groeien. Enerzijds is de kleine organisatie slagvaardig en in staat de tijdgeest net iets eerder te vatten dan andere instellingen. Anderzijds kan de beperkte capaciteit de komende jaren leiden tot een neerwaartse spiraal.

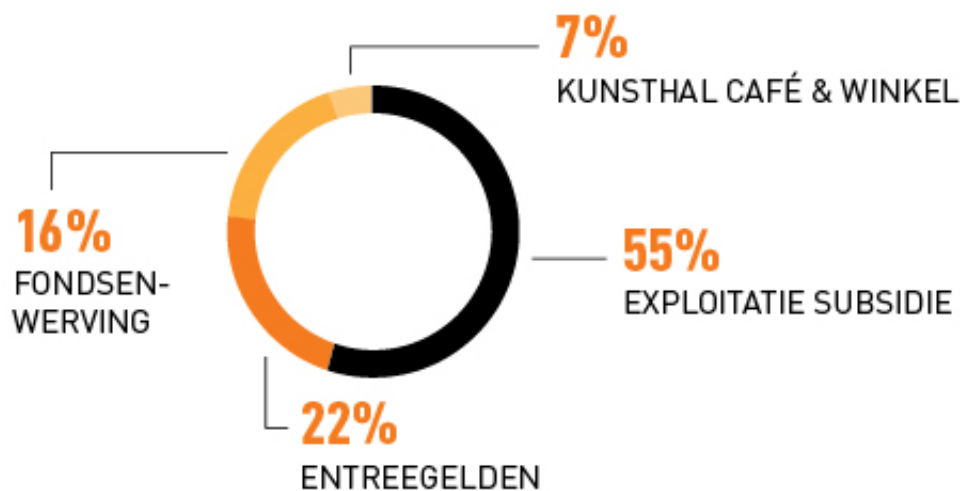


Achtergrond businessmodel Kunsthal Rotterdam

De Kunsthal genereert dit jaar ongeveer de helft van haar inkomsten zelf. Bijna een kwart van het budget haalt zij uit entreegelden en het overige deel werft zij met externe sponsoring en fondsenwerving. Het alerte ondernemerschap van de Kunsthal heeft ervoor gezorgd dat op kosten van bedrijfsvoering wordt bespaard en inkomsten uit verhuur, horeca en winkelomzet worden verhoogd. Het fondsenwerven wordt in deze tijd bemoeilijkt omdat er velen met de Kunsthal in

dezelfde vijver vissen.

KUNSTHAL ROTTERDAM



Het is de Kunsthal in 2015 gelukt om een langdurige relatie te verzilveren in een hoofdsponsorschap van ING, die zich committeerde voor een periode van drie jaar (2015-2017). Nu de Kunsthal sinds de verbouwing de winkel in eigen beheer heeft, is deze lucratiever geworden. De 'pop up store' in de drukbezochte najaarstentoonstelling van Keith Haring heeft hier positief aan bijgedragen. Ook het nieuwe contract met de uitbater van het Kunsthalcafé leidt tot hogere inkomsten dan vóór de verbouwing. Verhuur van het Auditorium en Kunsthalcafé inclusief een bezoek aan de tentoonstelling, al dan niet onder begeleiding van gidsen, werd in 2015 talloze keren ingezet voor bedrijfsevenementen. Alleen al tijdens de Haring tentoonstelling vonden er dertig zakelijke ontvangsten plaats.



Naast de subsidies en sponsoring die vaak voor specifieke tentoonstellingen worden toegekend, heeft de Kunsthal een programma om particulieren en bedrijven aan zich te binden: Kunsthal Zakenkring, Kunsthal Vrienden en de Kunsthal Cirkel, die jaarlijks een vast bedrag betalen voor hun lidmaatschap, respectievelijk een vast bedrag per jaar doneren. Zie hiervoor het hoofdstuk [Kunsthal Membership](#).



Economische spin-off

De economische spin-off van dynamische culturele instellingen zoals de Kunsthal waar de stad Rotterdam van profiteert, is van grote waarde. Uit eigen publieksonderzoek blijkt dat 63% van het Kunsthalpubliek in 2015 hun bezoek combineert met winkelen en horeca in Rotterdam. Rekening houdend met het volledige tentoonstellingsprogramma kan de bestedingsimpuls in de stad oplopen tot meer dan € 7 miljoen op jaarbasis. Kortom: horeca, hotels en winkels profiteren, in de 'sliptestream' van de populaire Kunsthal, mee van het succes van het tentoonstellingsprogramma. Daarnaast verschaft de Kunsthal werk aan tientallen Rotterdamse ZZP-ers en bedrijven vanwege het tentoonstellingsprogramma, inrichting en vormgeving van tentoonstellingen en op het gebied van marketing en communicatie. Wederzijdse versterking tussen de detailhandel en de Kunsthal gebeurt op regelmatige basis zoals de samenwerking in het kader van de tentoonstellingen 'do it (Kunsthal Rotterdam)', 'Tomatenfabriek' en 'Keith Haring. The Political Line'.

