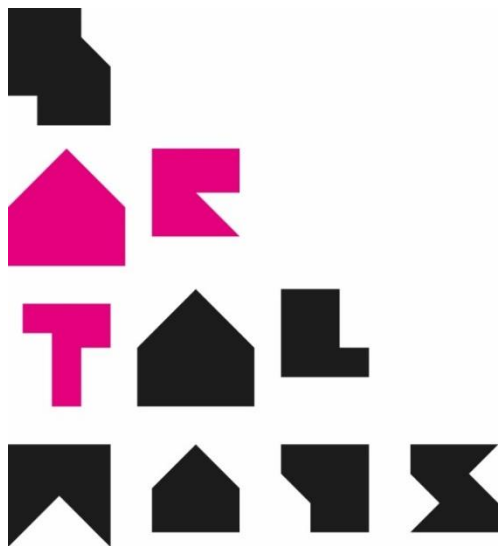




4Artalways

Beleids-Activiteitenplan



Inhoud

Inhoud	2
Missie	3
‘De kracht van de mythe leeft’	4
Visie	5
Doelstellingen	5
Maatschappelijke waarde	7
Bestuur 4ArtAlways	7
Financiën	7
Uitgangspunten financieel beleid	7
Kwaliteit	8
PR en communicatie	8



Missie

Passie voor kunst en cultuur is waar de stichting 4ArtAlways voor staat. Passie voor kunst en cultuur delen met mensen. Dat was de wens van beeldend kunstenaar en 'founding father' JANNEL.

Sinds zijn overlijden op 12 januari 2015 werkt de stichting 4ArtAlways aan het voortzetten van zijn gedachtegoed: *'de kracht van de mythe leeft'*.

Stichting 4ArtAlways heeft ervoor gekozen dit gedachtegoed uit te dragen en heeft als missie kunst en cultuur te stimuleren bij jongvolwassenen. Door het organiseren van project presentaties wil 4ArtAlways verbinding en samenwerking van kunst en culturele initiatieven tot stand brengen en stimuleren; met extra aandacht voor het waarderen en stimuleren van talent in de provincie Limburg en waar mogelijk in de Euregio Maas Rijn.

Het is voor 4ArtAlways van essentieel belang dat kunst en cultuur, nu en in de toekomst, breed gedragen worden. 4ArtAlways is ervan overtuigd dat het uitdragen van het gedachtegoed in de nalatenschap van JANNEL een waardevolle bijdrage levert aan het vergroten van dit draagvlak.

‘De kracht van de mythe leeft’

Beeldende kunst en mythe koesteren elkaars nabijheid. Niet alleen omdat mythen een onuitputtelijke bron van artistieke motieven voor afbeeldingen en muzikale composities aanreiken, maar omdat ze dezelfde associatieve logica van het beeldrijm delen. De zelfstandige kennisvorm van mythe en kunst zit sinds het begin van het moderne tijdperk in een verdomhoekje. Het moderne denken ving aan in de wetenschapsrevolutie die in de Renaissance in gang werd gezet. Toen kreeg de rationele logica de voorrang boven de beeldlogica. De objectieve analyse verdrong het beeldrijm. De mythe die eerder een eigen kennisstatuut had, werd afgedaan als een gepasseerd voorstadium van wetenschap. De vertrouwde kompaan van de mythe, de beeldende kunst, die voorheen ook algemeen gedeelde kennis overdroeg, kreeg de status van puur subjectieve expressie. Zo zijn de taken tegenwoordig nog steeds verdeeld: de wetenschap levert objectieve feiten, terwijl de kunstenaar louter subjectieve ‘artists impressions’ biedt. Deze moderne taakverdeling is dringend aan herziening toe. De mythe is weliswaar naar het tweede plan verdrongen, maar ze is nog springlevend. Ze voorziet in een onuitroeibare menselijke behoefte. De mythe maakt de wereld herbergzaam, terwijl de wetenschap de natuur eerder beheersbaar en controleerbaar maakt. We kunnen niet zonder mythische aarding en de kunst wijst daarbij de weg. De mythe is uit het wetenschappelijke kennisdomein verdreven, maar heeft een wijkplaats gevonden in de kunst, in de media, in films en games.

Tegenwoordig wordt de wereld geteisterd door de kwalijke gevolgen van een doorgeslagen controledrift en objectiviteit. Klimaatverandering en pandemie eisen hun tol. Mythische verhalen draaien op volle toeren, maar door eeuwenlange verwaarlozing van de eigen logica van de mythe nemen ze vaak de vorm aan van epische samenzweringstheorieën. Daar schiet de beeldende kunst die wortelt in de mythe te hulp. De beeldende kunst brengt opnieuw de mythe in stelling, maar nu met een zelfreinigend vermogen. De mythe wordt in artistiek onderzoek geactualiseerd volgens haar eigen logica en zodoende herijkt. De artistiek verwerkte mythe stelt ons in staat om creatief het hoofd te bieden aan het springtij van de doorgeslagen moderniteit, met zijn gezondheids- en klimaatproblemen. De stichting 4ArtAlways zet het werk voort van een pionier in de kunst van de mythe.

De stichting heeft als motto ‘*De kracht van de mythe leeft*’ en heeft als missie om de wisselwerking tussen mythe en beeldende kunst opnieuw vruchtbaar te maken binnen ons wetenschappelijke wereldbeeld. Ze doet dat door het organiseren van culturele activiteiten in de Euregio, zoals manifestaties, lezingen en tentoonstellingen. Bovendien wil de stichting talentvolle jonge kunstenaars stimuleren om de door JANNEL gewezen weg te volgen en zich te bekwamen op het raakvlak van mythe en kunst.

Petran Kockelkoren, filosoof; emeritus-hoogleraar kunst-techniek en filosofie
Universiteit Twente

Visie

Om het gedachtegoed en de passie voor kunst en cultuur een inspiratiebron te laten zijn voor de doelgroep (jong) volwassenen, beheert de stichting de kunstcollectie van oprichter JANNEL en wil zij d.m.v. het organiseren en stimuleren van kunst en culturele activiteiten continuïteit door overlevering aan, voor en door (jong) volwassenen zekeren. Verder zal 4ArtAlways jonge talentvolle pas afgestudeerde beeldende kunsttalenten, gedurende een periode van maximaal drie jaar, ondersteunen.

Doelstellingen

Om dit te bereiken stelt 4ArtAlways zich ten doel d.m.v. verbinding en samenwerking met provinciale, euregionale, nationale en internationale kunst en culturele disciplines het gedachtegoed te koesteren en dit voor toekomstige generaties te zekeren. De doelgroep is (jong) volwassenen.

*Ad 1) De stichting **beheert de collectie** van oprichter JANNEL door deze te archiveren, restaureren, conserveren, documenteren, repareren, exposeren en in goede staat bijeen te houden in Studio AINSI, Lage Kanaaldijk 112, ruimte D3-XI, 6212 NA MAASTRICHT;*

Ad 2) De stichting draagt het gedachtegoed van de oprichter uit door de organisatie van een vijfjaarlijkse kunst en cultureel evenement voor de doelgroep (jong) volwassenen. Tijdens dit evenement zal het werk van de oprichter centraal staan en gekoppeld worden aan jongvolwassen talenten en overige kunstdisciplines.

*Ad 3) De stichting zal **talentvolle pas afgestudeerde** kunstenaars binden aan een project/tijdspanne. Deze ondersteuning heeft als doel jonge talentvolle kunstenaars te begeleiden in opmaat naar een zelfstandige beroepspraktijk. Ondersteuning talentvolle kunstenaars:*

4ArtAlways is een stichting met een culturele ANBI-status, die o.a. jongvolwassen talentvolle beeldende kunstenaars materieel en/of immaterieel ondersteunt in en vanuit Limburg. Wij rekenen de Euregio Maas Rijn ook tot een mogelijk exploratie gebied. Wij willen hen begeleiden in hun ontwikkeling naar een zelfstandige beroepspraktijk. Met 'talenten' wordt bedoeld dat de gekozen talenten onderscheidend, proactief, geëngageerd zijn en met open verrassende blik kijken naar de wereld en hun toekomst hierin.

Jaarlijks nemen wij 1-2 beeldend kunstenaars onder onze hoede die maximaal 2 jaar afgestudeerd zijn op de bachelor of masteropleiding autonome beeldende kunst. De ondersteuning en/of begeleiding in een kunstproject of onderzoek kan materieel of immaterieel zijn. Projecten hoeven niet persé zelfstandig tot uitvoering te komen maar kunnen ook verbonden zijn aan andere kunst-culturele disciplines zoals performance, toneel, zang e.d. mits het karakter van de beeldende discipline hier

voor minimaal 50% onderdeel van uitmaakt. De duur van de ondersteuning betreft maximaal 3 opeenvolgende jaren.

4ArtAlways geeft beeldend kunstenaars een kans hun curriculum met een project of onderzoek verder te ontwikkelen en hiermee de sprong van een opleiding onder supervisie naar zelfstandig functioneren kleiner maken. Ook de onderdelen publieksbewustzijn en ondernemerschap zijn belangrijke factoren. 4ArtAlways werkt daarvoor samen met de stichting MCEM (Mastering Cultural Entrepreneurship Maastricht). De beeldend kunstenaar kan van deze samenwerking gebruik maken.

Aanvragen:

4AA zal medio januari starten met talentenwerving: zij doen dit middels flyers, kennisgeving op sociale media en/of fysieke contacten met organisaties die binnen het werkveld liggen van onze doelgroep.

Talenten kunnen jaarlijks vóór 1 september een conceptplan indienen bij 4ArtAlways. In dit plan staat naast hun project- of onderzoeksaanvraag vermeld waarom ze in en vanuit de Provincie Limburg willen werken en welke verbinding er mogelijk is met het gedachtegoed 'de kracht van de mythe leeft'. Het is essentieel dat naast de inhoudelijke omschrijving van het project of onderzoek de beeldend kunstenaar één of meerdere financiële partners of subsidiemogelijkheden (crowdfunding) aan zich bindt en dit ook weergeeft in het concept begrotingsvoorstel. Selectie gebeurt door een team van deskundigen. 4ArtAlways zal als talentmakelaar waar mogelijk verbinding met kunst en culturele partners stimuleren en projecten koppelen aan opdrachten vanuit het kunst en culturele veld. Gezamenlijk met de kunstenaar wordt het traject gepland, waarbij de artistieke inhoudelijke en zakelijke ontwikkeling van het gekozen talent voorop staan.

Voorwaarden

- Je bent niet langer dan twee jaar afgestudeerd met een bachelor of masteropleiding beeldende kunst, je bent niet ouder dan 35 jaar en gaat of bent pas bezig je beroepspraktijk vorm te geven;
- Je wilt en kunt zelf een projectvoorstel met conceptbegroting initiëren en indienen;
- Je wilt vanuit Nederlands-Limburg een project opzetten of onderzoek doen en kunt aangeven hoe en waar je die relatie wil uitbouwen.
- Je hebt draagvlak gezocht of gevonden in de vorm van een beoogd financieel ondersteuningspartner of neemt deel aan een andere vorm van financiële subsidiënten.

Maatschappelijke waarde

Met bovengenoemde drie doelstellingen wil 4ArtAlways een waardevolle bijdrage leveren aan het kunst- en culturele klimaat door verbindingen en samenwerking tot stand te brengen op lokaal en (Eu) regionaal kunst- en cultureel niveau t.b.v. de doelgroep (jong) volwassenen.

Bestuur 4ArtAlways

De stichting 4ArtAlways is opgericht d.d. 7 januari 2015. 4ArtAlways beoogt een algemeen nut door verbinding en samenwerking in het kunst en culturele veld voor de doelgroep (jong) volwassenen en is statutair gevestigd in Maastricht (KvK: 62497677).

4ArtAlways is gevestigd in AINSI, niveau 3, ruimte 10. Contact via [de website 4artalways.nl](http://de.website.4artalways.nl)

Het huidige Bestuur:

Nicole Hardy, chairman-PR

Stella Houtvast, secretary-PR

Edwin Lustermans RC, treasurer

Financiën

De stichting heeft via een legaat een vermogen in beheer. Een bedrag dat het vertrekpunt is om op een professionele wijze de doelstellingen te verwezenlijken. Op de lange termijn wil 4AA nieuwe financieringsbronnen aanboren, die het mogelijk maken de activiteiten van de stichting te blijven continueren. De lange termijn doelstelling op financieel gebied is om nieuwe financieringsbronnen aan te boren, die het mogelijk maakt de activiteiten van de stichting zo lang mogelijk te laten voortduren.

Uitgangspunten financieel beleid

De beschikbare middelen zijn bedoeld om kunst en culturele activiteiten, zowel materieel als immaterieel, te ondersteunen en te begeleiden in lijn met de doelstellingen van de stichting. Het betreft activiteiten die nodig zijn om de collectie te beheren, het gedachtegoed uit te dragen en talentvolle kunstenaars te ondersteunen.

Kwaliteit

De organisatie van het onderzoek/project wordt volledig uitgevoerd door de beeldend kunstenaar. Deze levert bij 4AA een projectvoorstel, conceptbegroting enz. aan. De taak van 4AA is het monitoren van het geheel.

Het gedachtegoed 'de kracht van de mythe leeft' is onderdeel van de kwaliteitstoets van kunstprojecten die mogelijke talenten indienen. Wellicht vindt er toetsing plaats door externe deskundigen.

PR en Communicatie

Inleiding

Stichting 4ArtAlways stimuleert 'actuele' beeldende kunstprojecten. In het verleden zijn projecten gerealiseerd met de ABK en Jan v. Eyck academie Maastricht. Het gedachtegoed van '*founding father*' JANNEL: '*de kracht van de mythe leeft*' is leidend hierin.

Projecten

1. MARCOM Doelstellingen

- Het hoofddoel van de marketing en communicatie is om zoveel mogelijk bezoekers en naamsbekendheid te genereren voor de talenten die door Stichting 4Art Always ondersteund worden.
- Een bijkomend marketing en communicatie doel is om 4ArtAlways te positioneren als een stichting die actuele beeldende kunst talenten ondersteunt en adviseert.

2. Doelgroepen:

- potentiële bezoekers van de 4AA activiteiten.
- naast de bezoekers doelgroep is er nog een andere belangrijke doelgroep en dat zijn de '*Peers*' van de deelnemende talenten. Denk hierbij aan klasgenoten, studiegenoten, jongeren met interesse in een Kunstopleiding etc. Deze doelgroep levert de talenten voor de toekomst.

Beide doelgroepen maken gebruik van verschillende communicatiemiddelen en verwerken informatie op andere manieren. Hiermee zal met de inzet van communicatiemiddelen rekening gehouden worden.

3. Communicatie:

Het beeldmerk/logo van 4ArtAlways wordt gebruikt in alle communicatie naar betrokkenen.

4. Communicatiemiddelen:

4ArtAlways beschikt over eigen communicatiemiddelen; zowel online als offline. De stichting zet haar eigen communicatiemiddelen in ten behoeve van de promotie van de 4AA activiteiten. De uitingen m.b.t. culturele activiteiten via de

eigen kanalen worden in een tijdspad geplaatst. Het talent en de Stichting 4AA leveren elkaar input over de betreffende activiteiten. Daarnaast is er ook een deel gezamenlijke communicatie, bijvoorbeeld in de vorm van een flyer/boekje/video dit is afhankelijk van het beschikbare budget.

Communicatiemiddelen van Stichting 4ArtAlways:

- Website www.4Artalways.nl
- Flyers en posters (bij activiteiten)
- Persberichten
- Facebookpagina
- Instagram
- YouTube

Online/Offline:

4ArtAlways zal content met relevante afbeeldingen delen: zowel online als offline (printuitingen), daarnaast zullen we video's in de sociale media plaatsen en relevante informatie verstrekken omtrent het kunstevent.

4.1 Website

Op de website van 4ArtAlways worden de actuele activiteiten vermeld en kan aanmelding via nieuwsbrief plaatsvinden. Zie www.4artalways.nl

4.2 Facebookpagina

4Art Always beschikt over een Facebookpagina. Facebookevenementen worden gepost en gedeeld met de exposanten; voorzien van beeldmateriaal.

4.3 Instagram

Instagram is een middel bij uitstek om 'peers' mee te bereiken.

4.4 YouTube

YouTube is een middel bij uitstek om 'peers' mee te bereiken en de jonge talenten 'in de markt' te zetten. Korte 'voorstel'-filmpjes van de talenten, trailers van de concerten/expo's, registraties van de 4AA activiteiten etc. Eventueel hiervoor te maken filmpjes zijn ook geschikt voor de social media, in de nieuwsbrieven en op de website.

4.5 Digitale nieuwsbrief

Stichting 4ArtAlways beschikt over de mogelijkheid digitale nieuwsbrieven te versturen. Deze zullen in de communicatietijdlijn worden ingepland. Informatie hiervoor zal onderling uitgewisseld worden voor de in de tijdlijn vastgestelde deadlines.

5. Print media

5.1 Pers benadering / persberichten / artikelen in de media

Voor alle relevante kunst en projectactiviteiten worden persberichten opgesteld. Ook deze worden ingepland in de communicatietijdlijn.

Media die benaderd worden:

- o De Limburger, Aachner Zeitung, HBvL etc. cultuurredactie en regioredactie



- Huis-aan-huis bladen
- Online media, zoals Limburg Nieuws etc.
- L1 en andere lokale en regionale omroepen
- Kunst- en cultuurmagazines, bijv. Zuiderlucht
- Online kunst- en cultuurplatforms
- Uitgaansmagazine (on- en offline) UitTipsLimburg, EropuitinLimburg, VVV etc.

5.2 Drukwerk

De grafisch vormgever Paul van der Veer verzorgt het ontwerp van het drukwerk: www.beeldplus.nl telefoon: 0633855789 in nauw contact met 4ArtAlways en/of de exposant.

Een en ander is afhankelijk van het aantal activiteiten, het budget en het beeldmateriaal.

5.2.1.

Flyer/boekje/poster/verspreiding

De verspreiding zal onderling afgesproken en gecommuniceerd worden met 4ArtAlways en exposant.

5.2.2.

Advertentie-/RTV/-campagne is afhankelijk van de activiteit(en) en budgettering en kan per activiteit verschillen. Een en ander zal in nauwe communicatie tussen 4ArtAlways en exposant besloten worden

5.2.3.

Buitenreclame is afhankelijk van de activiteit(en) en budgettering en kan per activiteit verschillen. Een en ander zal in nauwe communicatie tussen 4ArtAlways en exposant besloten worden

6. Events

Van de talenten wordt verwacht dat ze zelf op zoek gaan naar sponsoring van hun project. <https://bij.cultuur-ondernemen.nl/culturele-financieringswijzer>

4ArtAlways zal daarnaast ook in contact treden met mogelijke sponsors. Hoe we ieder culturele- kunstevent presenteren aan de sponsors wordt in een apart marcom plan uitgewerkt.