

Projectnummer:

L0684

Auteurs:

Karen Bosch
Tessa de Ronde
Menno van Willigenburg
Esther Cachet
Saskia Goedhart

Vraagonderzoek naar hedendaagse beeldende kunst

Rapport

Stichting Artes
Federatie Kunstbemiddeling
Nederlandse Galerie Associatie

Gefinancierd door:
Mondriaan Stichting
Ministerie van OCW



Dit rapport is opgesteld door Motivaction International B.V. Wij verzoeken de opdrachtgever bij publicatie Motivaction als bron te vermelden. Voor de opdrachtgever is een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst op aanvraag verkrijgbaar.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Leeswijzer (1/2)

Stichting Artes heeft in opdracht van Federatie Kunstbemiddeling en de Nederlandse Galerie Associatie, en met financiële ondersteuning van het Ministerie van OCW en de Mondriaan Stichting, onderzoek laten uitvoeren naar de markt voor hedendaagse beeldende kunst. Dit rapport presenteert de resultaten van het door Motivaction uitgevoerde vraagonderzoek naar hedendaagse beeldende kunst.*

De rapportage bestaat uit drie delen. Naast dit rapport met de resultaten is er een grafiekenrapport en een tabellenrapport.

Rapport

Het rapport begint met de achtergrond waartegen dit vraagonderzoek is uitgevoerd. Vervolgens worden de doel- en probleemstelling van het onderzoek omschreven en de gehanteerde methodiek. Ook de rol van de voor dit onderzoek ingestelde begeleidingscommissie komt aan de orde. Daarna worden de conclusies van het onderzoek gepresenteerd en op basis daarvan aanbevelingen gedaan. In het hoofdstuk met de resultaten wordt achtereenvolgens dieper ingegaan op (1) het profiel van leners en kopers, (2) de verschillen tussen kunstuitlenen en galleries in de beleving van kunstleners of -kopers, (3) de kunstcarrière en (4) de bekendheid en aantrekkelijkheid van de KunstKoop.

* De resultaten van het onderzoek naar de aanbodzijde van de markt voor hedendaagse beeldende kunst zijn beschreven in de publicatie 'Structuuronderzoek aanbieders van hedendaagse beeldende kunst', EIM, oktober 2006.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Leeswijzer (2/2)

Grafiekenrapport

In het grafiekenrapport worden alle resultaten per vraag getoond. In het rapport wordt op diverse plaatsen verwezen naar deze grafieken voor een totaaloverzicht van de gegeven antwoorden.

Tabellenboek

In het tabellenboek worden de verschillende groepen met elkaar vergeleken en kunnen significante verschillen worden opgezocht.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Inleiding

In de inleiding van dit rapport wordt een schets gegeven van de achtergrond van dit onderzoek. Vervolgens wordt de doel- en probleemstelling voor het onderzoek beschreven. Daarna wordt ingegaan op de kwalitatieve en kwantitatieve methode van onderzoek die is gehanteerd. Verder wordt de samenstelling en de rol van de begeleidingscommissie beschreven.

Leeswijzer

Inleiding

- [Achtergrond](#)
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Achtergrond (1/2)

Een kwart van de volwassen Nederlanders heeft interesse in hedendaagse beeldende kunst, dit blijkt uit een in oktober 2005 gehouden opinieonderzoek ter gelegenheid van de Kunst10daagse. SCP heeft verder berekend dat 4% van de Nederlanders vaste klant is van een galerie en/of kunstuitleen. Een toename van de consumptie van het kopen en/of lenen van kunst betekent een belangrijke impuls voor het kwalitatieve kunstklimaat en verbetering van de maatschappelijke positie van kunstenaars. Om het publieksbereik te vergroten en collectieve samenwerking van professionele kunstbemiddelaars te stimuleren, is Stichting Artes opgericht.

Stichting Artes

Als onafhankelijke stichting biedt Stichting Artes ondersteuning aan kunstuitlenen, galeries en andere kunstbemiddelaars. Door een intensievere samenwerking in de sector van professionele kunstbemiddelaars kunnen particuliere en zakelijke consumenten beter worden verleid om kennis te maken met hedendaagse beeldende kunst en deze te bekijken, te huren, te lenen, te kopen of te leasen. Daarnaast probeert Stichting Artes kunstliefhebbers te verleiden tot ánder kunstgedrag. Om dit te bewerkstelligen is onder andere meer informatie nodig over het profiel van de (potentiële) particuliere afnemers, het huidige gedrag omtrent het verkrijgen van hedendaagse beeldende kunst en de prikkels en drempels die worden ervaren om die kunst te verkrijgen.

Leeswijzer

Inleiding

- [Achtergrond](#)
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Achtergrond (2/2)

Stichting Artes heeft in opdracht van de Federatie Kunstbemiddeling, Nederlandse Galerie Associatie en met financiële ondersteuning van het Ministerie van OCW en de Mondriaan Stichting, Motivaction gevraagd tegen de geschetste achtergrond een onderzoek uit te voeren naar de vraag naar hedendaagse beeldende kunst.

Nederlandse Galerie Associatie

De NGA (Nederlandse Galerie Associatie) heeft als doel de belangen van professionele kunstgaleriën in Nederland te behartigen en in het bijzonder van de aangesloten galeriehouders. De vereniging streeft naar het onderhouden van goede contacten tussen galeriën en hun relaties. NGA is aanspreekpunt voor overheid, instellingen en bedrijfsleven over onderwerpen die haar leden aangaan; verleent diensten en collectieve ondersteuning aan haar leden; bevordert de professionaliteit en kwaliteit van aangesloten galeriën; werkt aan de verbetering van de promotie en marketing van het galeriewezen; neemt deel aan nationale en internationale koepelorganisaties; bevordert onderzoek naar de markt voor hedendaagse beeldende kunst en wil mede bijdragen aan een gunstig ondernemersklimaat voor kunstgaleriën. De NGA heeft circa 200 leden.

Federatie Kunstbemiddeling

De FK (Federatie Kunstbemiddeling) is de branchevereniging van ideële en commerciële kunstuitlenen in Nederland. Zij doet onder meer aan belangenbehartiging ten dienste van haar leden, initieert activiteiten ter collectieve promotie, is verantwoordelijk voor professionalisering en kwaliteitszorg en sluit mantelcontracten af voor haar leden.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- [Doel- en probleemstelling](#)
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Doel- en probleemstelling

De doelstelling:

Inzicht bieden in de vraag naar hedendaagse beeldende kunst op basis waarvan Stichting Artes acties kan ondernemen of initiëren die (1) de vraag naar hedendaagse beeldende kunst stimuleren en/of (2) een bijdrage leveren aan de verdere professionalisering van kunstbemiddelaars.

Meerledige probleemstelling:

- Wie zijn de huidige klanten van kunstuitlenen en galleries?
- Welke verschillen zijn er tussen huidige klanten van kunstuitlenen en galleries?
- Hoe ziet het kunstaankoop/-leengedrag van huidige klanten eruit?
- Wat zijn de motivaties van huidige klanten om hedendaagse beeldende kunst te kopen/lenen?
- Welke drempels ervaren huidige klanten bij het kopen of lenen van hedendaagse beeldende kunst?
- Is er bij huidige klanten sprake van kunstcarrières en welke rol speelt de KunstKoop daarbij?
- Hoe zijn potentieel geïnteresseerden te stimuleren in het lenen of aankopen van hedendaagse beeldende kunst?

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- [Methodiek](#)
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Methodiek (1)

Dit onderzoek is opgebouwd uit twee kwalitatieve onderzoeken en één kwantitatief onderzoek.

De twee kwalitatieve onderzoeken hebben zich gericht op de achterliggende motieven en de beleving of ervaringen ten aanzien van lenen en kopen van hedendaagse beeldende kunst. De uitkomsten geven diepgang aan het onderzoek. Daarnaast zijn de uitkomsten van het eerste kwalitatieve onderzoek gebruikt om de vragenlijst voor het kwantitatieve onderzoek verder toe te spitsen.

Het kwantitatieve onderzoek geeft cijfermatige onderbouwing van de omvang: wie zijn de verschillende klanten van kunstuitlenen en galeries en welke motieven en ervaringen zijn het meest belangrijk bij het lenen en kopen van hedendaagse beeldende kunst? In dit rapport worden de resultaten van de kwalitatieve fases en de kwantitatieve fase geïntegreerd gerapporteerd. De kwalitatieve uitkomsten worden met name gerapporteerd als verdieping van de kwantitatieve uitkomsten.

1

Kwalitatief:
4 groeps-
discussies
september 2006

2

Kwantitatief:
online vragenlijst
oktober/november
2006

3

Kwalitatief:
2 groeps-
discussies
januari 2007

Zie voor een beschrijving van de gebruikte methoden van de onderzoeken Bijlage 1

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- [Methodiek](#)
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Methodiek (2)

In de analyses zijn drie doelgroepen onderscheiden waarover in dit rapport wordt gerapporteerd, te weten:

- Leners (personen die kunst hebben geleend in de afgelopen drie jaar)
- Kopers (personen die kunst hebben gekocht in de afgelopen drie jaar)
- Leners en kopers (personen die kunst hebben geleend én gekocht in de afgelopen drie jaar)

Wanneer in het rapport percentages worden genoemd over het totaalbeeld van de drie doelgroepen, dan wordt er een minimum en een maximum aangegeven van de percentages van de drie groepen. De reden hiervoor is dat de groepen niet in verhouding zijn met de werkelijke groottes van de groepen waardoor niet het gemiddelde kan worden genomen. Zie voor een toelichting Bijlage 2: opbouw steekproef kwantitatieve fase. Belangrijke significante verschillen tussen de drie groepen worden expliciet aangegeven.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- [Begeleidingscommissie](#)

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Begeleidingscommissie

Het onderzoek is begeleid door een commissie van vertegenwoordigers van de opdrachtgevende organisaties. De begeleidingscommissie bestaat uit de volgende personen (op alfabetische volgorde van achternaam):

- De heer Ruud Bruinen, namens Federatie Kunstbemiddeling
- Mevrouw Geke Hop, Ministerie van OCW
- De heer Michiel van der Kaaij, Stichting Artes
- De heer Paul van Rosmalen, namens Nederlandse Galerie Associatie
- Mevrouw Marieke van Schijndel, Mondriaan Stichting
- Mevrouw Cokkie Snoei, namens Nederlandse Galerie Associatie
- Mevrouw Suzanne Tesselaar, voorzitter.

De begeleidingscommissie is op verschillende momenten bij het onderzoek betrokken:

- 1) De onderzoeksopzet is gepresenteerd en besproken tijdens een bijeenkomst.
- 2) Tijdens een vervolgbijeenkomst zijn de onderwerpen voor de vragenlijst besproken en aangevuld met suggesties van de begeleidingscommissie.
- 3) De conceptvragenlijst is voorgelegd aan de begeleidingscommissie en de definitieve vragenlijst is op basis hiervan goedgekeurd door Stichting Artes.
- 4) Leden van de begeleidingscommissie en andere vertegenwoordigers van de opdrachtgever en financiers hebben meegekeken met de groepsdiscussies.
- 5) De conceptrapportage is besproken met de begeleidingscommissie en waar nodig aan de hand van de suggesties voor verbeteringen aangepast. Op basis hiervan heeft Stichting Artes het definitieve rapport goedgekeurd.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Conclusies

In dit hoofdstuk worden de conclusies van het onderzoek beschreven. In het volgende hoofdstuk worden op basis van deze conclusies aanbevelingen gedaan. In het hoofdstuk met de resultaten worden de conclusies nader onderbouwd.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Profielen leners en kopers vrijwel overeenkomstig

Profiel van leners en kopers vertoont grote overeenkomsten

Het profiel van de groep leners, de groep leners en kopers en de groep kopers is in grote lijnen overeenkomstig. De gemiddelde lener of koper is 45 jaar of ouder, hoogopgeleid en heeft een bovengemiddeld inkomen.

Wel verschil in motivatie om hedendaagse beeldende kunst te lenen of kopen

De motivatie om te lenen of kopen is voor zowel de groep leners als de groep leners en kopers en de groep kopers vooral om van kunst te genieten en omdat het mooi is. Maar er zijn ook verschillen. Voor de groep leners en kopers en de groep kopers speelt de passie ook een belangrijke rol bij het lenen of kopen van hedendaagse beeldende kunst. Ook is het bezit of eigendom en het niet meer weg willen doen van een kunstwerk van belang. Voor leners daarentegen is de afwisseling en decoratie een belangrijke motivatie.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Zowel intrinsieke als extrinsieke motivaties bij lenen en kopen

Twee soorten motivaties

In het onderzoek zijn zowel intrinsieke als extrinsieke motivaties naar voren gekomen voor het lenen of kopen van hedendaagse beeldende kunst.

- Bij intrinsieke motivaties komt de motivatie voor het lenen of kopen vanuit de kunstliefhebber zelf. Hierbij valt te denken aan 'om ervan te genieten', 'het is mijn passie', 'ik val ergens voor' of 'een kunstwerk raakt me'.
- Bij extrinsieke motivaties komt de motivatie voor het lenen of kopen van beeldende kunst van buitenaf. Bijvoorbeeld als een kunstwerk cadeau wordt gegeven of wanneer iemand een kunstwerk zoekt voor het opvullen van een lege plek.

Intrinsieke motivaties vooral bij meer ervaren kunstliefhebbers

Personen met een intrinsieke motivatie zijn vaak 1) meer ervaren in het lenen of kopen van kunst of 2) zijn al eerder in aanraking geweest met kunst via bijvoorbeeld school of museumbezoek.

Extrinsieke motivaties vaker bij eerste kennismaking met kunst

Personen met een extrinsieke motivatie lijken vaker voor het eerst in aanraking te komen met kunst of voor het eerst bewust iets te doen met kunst.

Geen waardeverschil tussen de motivaties, wel andere behoeften

Een intrinsieke motivatie is niet waardevoller dan een extrinsieke motivatie of vice versa. Beide groepen zijn echter wel verschillend in behoeften. Daarnaast kan voor personen met in eerste instantie een extrinsieke motivatie, het lenen of aankopen van een kunstwerk ertoe leiden dat zij intrinsiek gemotiveerd raken.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Emotionele motivaties meest voorkomende reden bij kunst lenen of kopen

Motivaties om kunst te lenen of te kopen kunnen naast intrinsiek of extrinsiek ook emotioneel of rationeel zijn. Over het algemeen, zo blijkt uit het onderzoek, hebben emotionele motivaties duidelijk de overhand. De motivatie 'kunst als decoratie' speelt bij lenen duidelijk een belangrijker rol dan bij kopen.

Emotionele motivaties

Lenen

- Het blijven prikkelen van je identiteit en leren wat je mooi vindt
- Om van de kunst te genieten
- Unicitéit van het kunstwerk

Kopen

- Het in bezit krijgen van kunst: 'Van mij!'
- Om van de kunst te genieten
- Het is mijn passie
- Unicitéit van het kunstwerk
- Jezelf verwennen
- Verbonden met herinnering

Rationele motivaties

- Decoratie/variantie van kunst aan de muur
- Lenen is een goed alternatief wanneer het kunstwerk te duur is om te kopen
- Onzekerheidsreductie (kunst op proef bij twijfel)
- Je moet kopen omdat lenen niet lukt. Volgens respondenten omdat:
 - De kunstuitleen weinig 'hogere' kunst biedt
 - Geen werk van die kunstenaar in stock bij de kunstuitleen
- Verzameling/collectie opbouwen
- Investering

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Zowel emotionele als rationele drempels voor lenen en kopen

Ook drempels bij het lenen of kopen van beeldende kunst kunnen zowel emotioneel als rationeel zijn. Verder zijn er duidelijke tegenstellingen tussen de drempels bij het lenen en bij het kopen. Onderstaand schema toont de belangrijkste drempels die worden ervaren.

	Emotionele drempels	Rationele drempels
Lenen	<ul style="list-style-type: none"> • Het beeld van de kunstuitleen is dat zij minder appelleert aan status (voornamelijk uit het kwalitatieve onderzoek af te leiden) • Kunst niet meer weg willen doen 	<ul style="list-style-type: none"> • Het aanbod spreekt niet aan / is minder gespecialiseerd en meer generiek • Aan het lenen zijn praktische nadelen ('gedoe') gebonden zoals het halen en brengen
Kopen	<ul style="list-style-type: none"> • Een hoge drempel om een galerie binnen te stappen door een elitair imago, waarbij men het gevoel krijgt te worden getoetst op kennis en status 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoge prijzen weerhouden potentiële kopers om te kopen; de prijzen in galeries schrikken af • Smaller en gespecialiseerd aanbod • Onomkeerbaarheid van de aankoop

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Kunstuitleen aantrekkelijk vanwege laagdrempeligheid, goedkoop, breed aanbod en mogelijkheid tot afwisseling

Kunstuitleen sluit goed aan bij minder ervaren kunstliefhebber

Het laagdrempelige, goedkope en breed gepercipieerde aanbod van de kunstuitleen sluit goed aan op behoeften van minder ervaren kunstliefhebbers en de jongere kunstliefhebbers. De diversiteit is voor hen een belangrijke aantrekkingskracht van de kunstuitleen. Vaak is de jonge kunstliefhebber echter niet goed op de hoogte van wat de kunstuitleen te bieden heeft.

Het brede aanbod belangrijk voor sommige ervaren kunstliefhebbers...

Sommige meer ervaren kunstliefhebbers maken vooral gebruik van de kunstuitleen omdat zij behoefte hebben aan afwisseling of nog niet zeker weten of men een kunstwerk wil aanschaffen. Kortom, de breedte van het aanbod maakt dat deze kunstliefhebbers blijven terugkomen bij de kunstuitleen.

...maar er zijn ook ervaren kunstliefhebbers die vanwege het weinig gespecialiseerde aanbod minder zijn gecharmeerd van de kunstuitleen...

Meer ervaren kunstliefhebbers vinden minder aansluiting doordat de kunstuitleen een minder gespecialiseerd aanbod heeft en minder persoonlijke aandacht biedt. Voor hen heeft de kunstuitleen geen duidelijke aantrekkingskracht.

...of vanwege het saaie imago van de kunstuitleen niet of nauwelijks komen

Er is ook een groep kunstliefhebbers (ook jongeren) die de kunstuitleen niet of nauwelijks bezoekt. Deze groep percipieert de kunstuitleen als saai, grijs en een bibliotheek waar je in bakken moet graaien om kunst uit te zoeken. Deze groep kunstliefhebbers ervaart geen aantrekkingskracht ten aanzien van de kunstuitleen.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Gespecialiseerd aanbod en persoonlijke benadering sterke punten van de galleries

Galleries spreken vooral ervaren kunstliefhebbers aan

Door het gespecialiseerde aanbod en de meer persoonlijke benadering vinden galleries meer aansluiting bij de ervaren kunstliefhebbers. Het gespecialiseerde aanbod is de aantrekkingskracht van de galerie.

Een galerie biedt een prettige ambiance

Ervaren (oudere) kunstkopers vinden de galerie een warme en prettige omgeving en een plek waar zij hun belangstelling voor kunst met anderen kunnen delen. Een goed gesprek over kunst met de eigenaar of kunstenaar wordt als pré genoemd. Beide vormen geen reden om te komen, maar wel een reden om weg te blijven als zij niet op orde zijn.

Negatief imago galleries bij minder ervaren, jongere kunstliefhebber

Minder ervaren en jongere kunstliefhebbers vinden minder aansluiting door te gespecialiseerd (duur) assortiment, een te elitaire uitstraling en ze hebben het gevoel te weinig kennis te hebben om serieus genomen te worden door de galeriehouder. Voor hen is het imago van de galleries te negatief waardoor zij veelal wegblijven.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bij veel kunstleneren en -kopers sprake van een kunstcarrière (1/2)

Kunstcarrière bij kunstleneren- en kopers

Uit het onderzoek blijkt dat er bij de kunstleneren- en kopers sprake is van een kunstcarrière. Op basis van dit onderzoek kan niet worden gezegd of er bij iedereen die leent of koopt sprake is van een kunstcarrière. Immers de onderzoekspopulatie betrof kunstliefhebbers die de afgelopen drie jaar beeldende kunst hebben geleend of gekocht. Personen die bijvoorbeeld langer dan 3 jaar geleden een kunstwerk hebben gekocht en daarna nooit meer, waren geen doelgroep voor dit onderzoek. Vanuit dit perspectief moeten de conclusies over de kunstcarrière op deze en de volgende pagina worden beoordeeld.

Aan het begin van de kunstcarrière andere behoeften

Beginnende kunstliefhebbers hebben andere behoeften dan ervaren kunstliefhebbers:

- Deze groep heeft minder ervaring en heeft nog geen uitgesproken smaak ontwikkeld. Hierdoor hebben zij meer behoefte aan afwisseling en verschillende prikkels.
- Men wenst praktische informatie over onderhoud of ophangen van een schilderij.

Wanneer men meer ervaring heeft met en kennis heeft van kunst, en meer financiële middelen, zal door een aanzienlijke groep kunstliefhebbers bijna vanzelfsprekend de stap naar de galerie worden genomen.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bij veel kunstleneren en -kopers sprake van een kunstcarrière (2/2)

Kunstuitleen vaak start van de kunstcarrière

De kunstuitleen is vaak de start van een 'kunstcarrière': de kunstuitleen is laagdrempelig en ook mensen met een kleine beurs kunnen terecht bij de kunstuitleen. Zowel beginnende kunstliefhebbers met een intrinsieke als een extrinsieke motivatie vinden hun weg naar de kunstuitleen.

Ervaren kunstliefhebbers vaker op zoek naar gespecialiseerd aanbod

Meer ervaren kunstliefhebbers hebben hun voorkeur voor of definitie van kunst meer ingekaderd en zijn hierdoor vaker op zoek naar een meer gespecialiseerd aanbod. Anders gezegd, de vraag van de kunstliefhebber verandert gedurende de kunstcarrière.

Oudere kunstliefhebbers meer gericht op traditionelere kunstvormen

De vraag van oudere kunstliefhebbers - vaak de meer ervaren kunstliefhebbers - richt zich bovengemiddeld op traditionelere kunstvormen (zoals sculpturen en ruimtelijke kunst). Jongere kunstliefhebbers lenen of kopen relatief vaker fotografische kunst.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden op basis van de conclusies aanbevelingen gedaan. De aanbevelingen richten zich op:

1. Het vergroten van de (initiële) vraag
2. Aanbevelingen kunstuitleen
3. Aanbevelingen galerie

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

1. Aanbevelingen ten aanzien van het vergroten van de initiële vraag (1/3)

Meer aansluiting zoeken bij de jongere doelgroep

Voor het vergroten van de markt is meer aansluiting nodig bij jongeren. Zij staan immers aan het begin van hun 'kunstcarrière'.

- **Starters op de woningmarkt ('hun eerste echte huis')**

KunstKoop en kunstuitlenen richten zich onder andere op deze groep. De bekendheid van Kunstkoop en de kunstuitlenen onder jongeren in het algemeen en specifiek bij starters op de woningmarkt kan worden vergroot. Ook kan worden samengewerkt met woninginrichtingszaken die reproducties of foto's verkopen.

- **Jongeren die interesse hebben in design of vormgeving**

Samenwerking of acties met organisaties op het gebied van design en vormgeving biedt de beeldende kunstsector toegang tot een jongere doelgroep met belangstelling voor vorm. De beeldende kunstsector kan deze groep prikkelen en introduceren in de hedendaagse beeldende kunst. Authenticiteit is daarbij een belangrijk thema, omdat het de jongeren inzicht biedt in de verschillende vormen van kunstzinnige uitingen en de totstandkoming daarvan.

- **Jongeren die nog maar beperkt in hedendaagse kunst zijn geïnteresseerd, kunnen worden geprikkeld door evenementen of acties**

De kunstuitleen kan ten aanzien van het 'prikkelen' van deze jongeren een initiërende rol spelen, gezien de educatieve traditie en het feit dat ze over collecties beschikken 'waar je aan mag komen'. Hierbij valt te denken aan evenementen en acties in de kunstuitleen of galerie maar ook 'op locatie'. Sluit hierbij aan op de belevingswereld van jongeren bijvoorbeeld door linken te zoeken met vormen van (populaire) cultuuruitingen of kunst die hen aanspreekt of bekende personen uit hun belevingswereld.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

1. Aanbevelingen ten aanzien van het vergroten van de initiële vraag (2/3)

- **Jongeren met interesse in cultuur in brede zin**

De samenwerking met CJP verder uitbouwen of met bijvoorbeeld de museumvereniging, de museumnacht of jongerenmagazines

Het vergroten van het aantal momenten waarbij potentiële kunstliefhebbers in aanraking komen met kunst

- Actief bedrijven benaderen met aanbod van de kunstuitleen. Met specifieke acties kunnen werknemers worden geïnteresseerd in de kunstuitleen of galerie
- Via het onderwijs jongeren interesseren
- Inspelen op kunst in de directe omgeving of het dagelijkse leven van de potentiële kunstliefhebber (kunstwerken in de openbare ruimte of bijvoorbeeld graffiti)
- Ambassadeurs creëren die minder ervaren kunstliefhebbers enthousiasmeren voor hedendaagse kunst en hen daarmee laten kennismaken (leden werven nieuwe leden). Dit werkt drempelverlagend voor potentiële geïnteresseerden. Daarnaast kunnen ambassadeurs worden verkregen door hen te belonen als zij een nieuw lid of nieuwe klant aandragen of door het hen gemakkelijk te maken een nieuw lid/klant te werven (bijvoorbeeld met een kaartenactie)

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

1. Aanbevelingen ten aanzien van het vergroten van de initiële vraag (3/3)

Laagdrempelige vormen van het lenen of kopen van hedendaagse kunst stimuleren

Verder kan aansluiting worden gezocht bij de groeiende belangstelling voor fotografie.

Verhoog het samenspel tussen kunstuitlenen en galerie

Meer samenspel tussen kunstuitlenen en galerie kan ervoor zorgen dat de initiële vraag wordt vergroot.

- Meer aandacht voor hedendaagse beeldende kunst en meer activiteiten op dat gebied zorgen voor meer aandacht en aantrekkelijkheid van de totale sector
- Wanneer de behoefte van de kunstliefhebber gedurende zijn 'kunstcarrière' verandert, is het belangrijk de kunstliefhebber goed te helpen en zonodig te attenderen op het aanbod van de ander. Op deze manier blijft de kunstliefhebber behouden voor de sector.
- De kunstuitlenen en de galerie bieden vaak een aanvullend aanbod. Maak daar gebruik van en vul elkaar aan zodat beter kan worden ingespeeld op de behoeften van de kunstliefhebber (verwijs naar elkaar door, organiseer samen activiteiten).

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

[Aanbevelingen](#)

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

2. Aanbevelingen ten aanzien het vergroten van de aantrekkingskracht van de kunstuitleen (1/3)

De primaire doelgroep van de kunstuitleen bestaat uit de relatief onervaren kunstliefhebbers waaronder jongeren, kunstliefhebbers met een beperkt budget en kunstliefhebbers die houden van afwisseling.

Besteed in de communicatie meer aandacht aan aansprekend en divers aanbod

- Biedt hiervoor een laagdrempelig en breed aanbod dat aansprekend is voor de doelgroep. Zorg daarbij dat diversiteit nog meer dan nu wordt ingezet als uniek aspect van de kunstuitleen.
- Belangrijk is daarbij dat diversiteit wordt geassocieerd met kwaliteit en niet met een lage kwaliteit (vergaarbak). Kortom, de uitstraling van de kunstuitleen en de presentatie van de werken dragen in belangrijke mate bij aan het imago van de kunstuitleen.
- Communiceer de voordelen van het brede aanbod namelijk afwisseling en verwerk deze bijvoorbeeld in de abonnementstructuur.

Verhoog de toegankelijkheid van de collectie

De toegankelijkheid kan onder andere worden vergroot door de doelgroep via verschillende selectiecriteria kunstwerken te laten uitzoeken zoals bijvoorbeeld grootte, kleur, kunstenaar en kunstwerken rondom bepaalde thema's.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

2. Aanbevelingen ten aanzien het vergroten van de aantrekkingskracht van de kunstuitleen (2/3)

Bied voldoende prikkels om klanten te laten terugkomen

- Zorg voor voldoende redenen om terug te komen: denk hierbij aan een hoge roulatie van de kunst die wordt getoond. Prikkel die inspelen op de intrinsieke motivatie (bijvoorbeeld iemand komt omdat hij op de website een aansprekend kunstwerk heeft gezien) spelen meer in op de klanttevredenheid dan prikkels die werken op de extrinsieke motivatie (de uitleentermijn is verlopen).
- Acties en evenementen zorgen voor nieuwe bezoekenredenen aan de kunstuitleen.
- Bied activiteiten en afwisseling in de kunstuitleen: zorg hierbij voor een actieve benadering van jongeren. Boodschap en mediakeuze van de communicatie moeten zijn afgestemd op jongeren (zoals uitgaansagenda).

Zorg voor een klantenbestand waarin het leengedrag wordt bijgehouden en stem hier marketingacties op af

Zorg voor een klantenbestand waarin het leengedrag van de kunstliefhebber wordt bijgehouden waardoor met acties op dat leengedrag kan worden ingespeeld. Bijvoorbeeld door de kunstliefhebber te attenderen op nieuwe werken in de collectie van de kunstenaar waar hij/zij van houdt of juist door deze kunstliefhebber te attenderen op een heel ander genre.

Zorg voor een prettige 'winkelervaring'

Maak de kunstuitleen 'leuk'; zorg voor een prettige 'winkelervaring'. Speel hierbij in op de beleving van de kunstliefhebber. Een kunstwerk lenen moet een feestje zijn. Wanneer een kunstliefhebber vanuit een emotionele behoefte kunst leent (ik vind het mooi), laat de medewerkers daar dan ook aandacht aan besteden.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

[Aanbevelingen](#)

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

2. Aanbevelingen ten aanzien van het vergroten van de aantrekkingskracht van de kunstuitleen (3/3)

Een hoger serviceniveau

De beginnende kunstliefhebber heeft het vaak druk met z'n carrière of gezin, dus maak het lenen zo gemakkelijk mogelijk. Kies daarom voor een proactieve benadering ten aanzien van de beschikbaarheid van een werk en voorkom boeteclausules voor te laat retourneren. Zorg voor een breng- en haalservice en ruime openingstijden. Een hoog serviceniveau zal nooit de reden zijn waarom kunstliefhebbers een kunstwerk lenen, wel zal een laag serviceniveau kunstliefhebbers kunnen weerhouden van het lenen van een kunstwerk.

Bied voldoende praktische informatie aan de minder ervaren kunstliefhebber

Het gaat hierbij om advies over het ophangen van een kunstwerk, een goede belichting, onderhoud ('mag deze vaas in de vaatwasser?'), enzovoort. Waak hierbij om laatdunkend te reageren op vragen over praktische aspecten. De antwoorden lijken vaak vanzelfsprekend maar zijn dat niet voor de minder ervaren kunstliefhebber. Daarnaast komen de vragen vaak voort uit de wil om goed voor een kunstwerk te zorgen dan wel het kunstwerk zo optimaal mogelijk tot zijn recht te laten komen.

Personeel kan zich commerciëler opstellen

Het personeel kan zich commerciëler opstellen: een verschuiving van faciliterend naar wervend en informatief.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

3. Aanbevelingen ten aanzien van het vergroten van de aantrekkingskracht van de galerie (1/2)

Behouden huidige uitstraling galleries

Galleries vinden meer aansluiting bij meer ervaren kunstliefhebbers en kunstliefhebbers die intrinsiek zijn gemotiveerd. De huidige invulling van galleries voorziet reeds in belangrijke mate in de behoefte van deze doelgroep. Kortom, exclusiviteit, status, kennis, enzovoort dienen behouden te blijven om deze doelgroep te kunnen behouden. Je hoeft echter niet af te doen aan je uitstraling om je drempel te kunnen verlagen.

Drempels verlagen voor minder ervaren kunstliefhebber

Specifieke galleries kunnen ervoor kiezen drempels die worden ervaren door minder ervaren kunstliefhebbers te verminderen, zeker wanneer het de doelgroep jongeren betreft. Verlaging van de drempels kan door specifieke concepten te ontwikkelen gericht op jongeren (experimentele kunst, jonge kunstenaars ontmoeten jong publiek). Bied nieuwe trekkers in de vorm van nieuwere kunstvormen zoals fotografie, street-art of graffiti aan tegen schappelijke prijzen, gericht op een jonger publiek. Bouw daarnaast het specialistische karakter verder uit door te richten op uniciteit en het benadrukken van tijdelijkheid (geef argumenten om nu te komen). Denk ook aan de inrichting waarbij een open uitstraling de stap naar de galerie kan vergemakkelijken of een bepaalde vorm van anonimiteit ook de drempel kan verlagen. Bij het verlagen van drempels kan gebruik worden gemaakt van de educatieve kwaliteiten van de kunstuitlenen. Zij kunnen de brug vormen tussen 'ervaren' en 'minder ervaren' en kunnen zorgen voor socialisatie.

Breedte van het aanbod

Biedt naast gespecialiseerd werk ook ander werk aan waardoor kunstliefhebbers langer blijven in de galerie of zorg voor voldoende afwisseling.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

[Aanbevelingen](#)

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

3. Aanbevelingen ten aanzien van de galerie (2/2)

Verlagen elitaire imago via kennisbarrière

Het elitaire imago kan verlaagd worden door de kennisbarrière van minder ervaren kunstliefhebbers te ondervangen in de vorm van praktische informatie te bieden (hoe een kunstwerk op te hangen, hoe moet je het onderhouden).

Maak het aanbod bereikbaar voor een bredere doelgroep door meer bekendheid te geven aan Kunstkoop

Geef meer bekendheid aan KunstKoop en communiceer het bestaan en de werking van de regeling met name naar jongeren en minder ervaren kunstliefhebbers. Verbeter de bereikbaarheid van specifieke galeries en bijbehorende specialisaties door als overkoepelende organisatie het aanbod beter te communiceren.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Resultaten

In de volgende sheets worden de resultaten van het kwalitatieve en kwantitatieve onderzoek geïntegreerd gepresenteerd. Achtereenvolgens komen aan de orde:

1. Het profiel van leners, leners en kopers en kopers
2. De verschillen tussen de kunstuitlenen en galeries in de beleving van de leners en/of kopers
3. De kunstcarrière
4. Kunstkoop

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- [Profiel leners en kopers](#)
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Profiel leners en kopers



Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- [Profiel leners en kopers](#)
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Profiel leners en kopers in grote lijnen gelijk

Op basis van de vraag 'heeft u kunst gekocht of geleend in de afgelopen drie jaar' zijn de respondenten ingedeeld in drie groepen, te weten:

- Leners
- Kopers
- Leners en kopers

Het profiel van de drie bovengenoemde groepen komt in grote lijnen overeen. Op de volgende drie sheets wordt per groep het profiel geschetst. Daarna volgt een sheet waarop een aantal verschillen worden beschreven die significant zijn (niet berusten op toeval).

N.B.: Een kanttekening moet worden geplaatst bij de sociodemografische kenmerken. Er is van diverse bronnen gebruikgemaakt (zie Bijlage 1) om respondenten voor dit onderzoek te werven. Op deze manier is ook getracht een zo goed mogelijke afspiegeling van de werkelijke populatie van leners en/of kopers te verkrijgen. Met name bij de beschrijving van de sociodemografische gegevens moet toch een slag om de arm worden gehouden, aangezien deze gegevens sterk kunnen zijn beïnvloed door de bron die is gebruikt.



Leners

Voor een uitgebreid overzicht van de gegeven antwoorden zie het grafiekenrapport grafiek 1 t/m 20.

Leners lenen omdat ze kunst willen afwisselen...

Sociodemografisch

- Gemiddelde leeftijd 45 jaar
- 66% vrouw, 34% man
- Hoogopgeleid
- Veelal wonend in de Randstad
- Meestal huishouden van 2 personen
- Bovengemiddeld inkomen

Motivaties

- Lenen kunst met name om ervan te kunnen genieten (78%) en omdat ze het mooi vinden (77%).
- Drie op de vijf (60%) geeft ook aan te lenen om decoratie (boven de bank) te hebben.
- Leners lenen in plaats van te kopen omdat men afwisseling wil (62%).

Media en informatiegedrag

- Lezen van geselecteerde tijdschriften* met name Eigen Huis en Interieur, VT Wonen en Opzij.
- Lezen van de dagbladen veruit het meest de Volkskrant**
- Als leners zich informeren over beeldende kunst, dan doen ze dit vooral via kunstuitlenen (82%).
- Leners informeren zich via de kunstuitlenen met name door middel van de websites (50%).
- Wanneer leners zich informeren via galleries dan is dat vooral door middel van de websites (53%).

Leen-/koopgedrag

- Ruim de helft (54%) heeft in de afgelopen 3 jaar 1 tot 2 keer kunst geleend. Een klein deel (15%) heeft 6 keer of vaker geleend.
- De meeste lenen bij de kunstuitlenen (77%).
- Lenen vooral geschilderde kunst (80%).
- Lenen met name kunst op momenten wanneer ze iets moois tegenkomen (51%) of als de leenperiode is afgelopen (48%).
- Bijna een kwart (23%) zegt ooit wel eens kunst gekocht te hebben bij een galerie.
- De meeste leners (82%) besteden per jaar minder dan 500 euro aan beeldende kunst.

* Niet naar alle tijdschriften is gevraagd, er is een selectie voorgesteld van tijdschriften

** Hier is waarschijnlijk sprake van vertekening omdat respondenten uit het bestand van Artstart zijn geworven via de Volkskrant.



Leners én kopers

Voor een uitgebreid overzicht van de gegeven antwoorden zie het grafiekenrapport, grafiek 1 t/m 20.

...leners én kopers willen daarnaast ook kunst zelf bezitten

Sociodemografisch

- Gemiddelde leeftijd 50 jaar
- 55% vrouw, 45% man
- Hoogopgeleid
- Veelal wonend in de Randstad
- Meestal huishouden van 2 personen
- Bovengemiddeld inkomen.

Motivaties

- Kopen kunst om ervan te kunnen genieten (82%) en omdat het mooi is (75%). Voor twee op de vijf (41%) is het ook hun passie.
- Er wordt geleend voor de afwisseling (58%) en het feit dat men altijd nog kan kopen (41%).
- Reden voor koop zijn ze de kunst willen houden (73%) en dat het kunstwerk dan van jezelf is (43%).

Media en informatiegedrag

- Lezen van geselecteerde tijdschriften* met name Eigen Huis en Interieur, VT Wonen en Opzij.
- Lezen van de dagbladen veruit het meest de Volkskrant**.
- Wanneer leners én kopers zich informeren over beeldende kunst, doen zij dit vooral via kunstuitlenen (79%). Ook maken zij veel gebruik van informatie van galeries (73%) en musea (70%).
- Wanneer ze zich informeren via de kunstuitleen of een galerie dan is dat met name door middel van briefings/mailings (respectievelijk 49% en 60%) of de websites (respectievelijk 40% en 52%).

Leen-/koopgedrag

- Een kwart (25%) geeft aan 6 keer of vaker een kunstwerk te hebben geleend in de afgelopen drie jaar. Twee op de drie geeft aan 1-2 keer te hebben gekocht en één op de tien (10%) deed dit 6 keer of vaker.
- Meesten lenen of kopen bij een kunstuitleen (72%) en daarna bij een galerie (53%).
- Ruim tweederde (69%) heeft in de afgelopen drie jaar geleend en gekocht bij de kunstuitleen.
- Met name geschilderde kunst geleend of gekocht (76%) en sculptuur/ruimtelijk (53%).
- Ze kopen of lenen wanneer ze iets moois zien (68%). De aanschaf is vaak spontaan (50%).
- Ruim een kwart (27%) besteedt jaarlijks meer dan 1000 euro aan beeldende kunst.

* Niet naar alle tijdschriften is gevraagd, er is een selectie voorgelegd van tijdschriften

** Hier is waarschijnlijk sprake van vertekening omdat respondenten uit het bestand van Artstart zijn geworven via de Volkskrant.



Voor een uitgebreid overzicht van de gegeven antwoorden zie het grafiekenrapport, grafiek 1 t/m 20.

Kopers willen vooral kunst bezitten

Sociodemografisch

- Gemiddelde leeftijd 52 jaar
- 51% vrouw, 49% man
- Hoogopgeleid
- Groot deel wonend in de Randstad
- Meestal huishouden van 2 personen
- Bovengemiddeld inkomen.

Motivaties

- Kopen voornamelijk kunst om ervan te kunnen genieten (80%) en omdat ze het mooi vinden (75%). Bijna de helft (46%) geeft ook aan dat het hun passie is.
- Ze kopen in plaats van lenen omdat ze de kunst niet meer weg willen doen (72%) en omdat het kunstwerk dan van henzelf is (54%).

Media en informatiegedrag

- Lezen van geselecteerde tijdschriften* met name Eigen Huis en Interieur, Kunstbeeld en Opzij.
- Lezen van de dagbladen veruit het meest de Volkskrant**.
- Als kopers zich informeren over beeldende kunst doen ze dit met name via galeries (84%).
- Wanneer kopers zich informeren via de galeries dan is dat met name door middel van briefings/mailings (64%).
- Informeren zich weinig via kunstuitlenen (11%), maar als ze dat doet dan is het vooral door middel van de websites (41%).

Leen-/koopgedrag

- Ruim de helft (55%) heeft in de afgelopen drie jaar 1 of 2 keer een kunstwerk gekocht.
- Meesten kopen kunst bij galeries (66%) en daarna bij een kunstenaar/ atelier (51%).
- Bijna de helft van de kopers geeft aan iets geleend te hebben bij de kunstuitleen in de afgelopen drie jaar (28% heeft geleend en 21% heeft geleend en gekocht).
- Kopen vooral geschilderde kunst (73%) en sculpturen/ ruimtelijke kunst (59%).
- Kopen met name kunst op momenten wanneer ze iets moois zien (72%). Het is vaak een spontane aankoop (57%).
- Twee op de vijf (37%) kopers besteedt per jaar meer dan 1000 euro aan beeldende kunst.

* Niet naar alle tijdschriften is gevraagd, er is een selectie voorgesteld van tijdschriften

** Hier is waarschijnlijk sprake van vertekening omdat respondenten uit het bestand van Artstart zijn geworven via de Volkskrant.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- [Profiel leners en kopers](#)
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Geringe verschillen leners en kopers

De hieronder genoemde verschillen zijn significant. In het grafiekenrapport is terug te vinden hoe groot de verschillen precies zijn. De verschillen zijn nooit groter dan 37%.

- Leners zijn jonger dan kopers en leners én kopers.
- Leners zijn vaker vrouw dan kopers en leners én kopers.
- Leners informeren zich over beeldende hedendaagse kunst met name via websites, terwijl kopers en leners én kopers dat met name door middel van briefings/mailings doen.
- Leners hebben vaker een huishouden van meer dan 2 personen dan kopers en kopers én leners.
- Kopers lezen vaker dan leners en leners én kopers het tijdschrift 'Kunstbeeld'.
- Leners halen voornamelijk geschilderde kunst in huis. Ten opzichte van kopers en leners én kopers halen leners minder vaak sculpturen of ruimtelijke kunst in huis, terwijl zij juist vaker getekende kunst in huis halen .
- Leners noemen als reden om beeldende kunst in huis te halen vaker 'als decoratie' dan kopers en leners én kopers, terwijl leners minder vaak de reden 'het is mijn passie' noemen.
- Kopers informeren zich over kunst met name via galeries en leners met name via kunstuitlenen, terwijl leners én kopers dit via beide instellingen doen.
- Kopers én leners hebben in de afgelopen drie jaar vaker een kunstwerk geleend dan leners.
- Leners besteden jaarlijks minder geld aan beeldende kunst dan kopers en leners én kopers.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

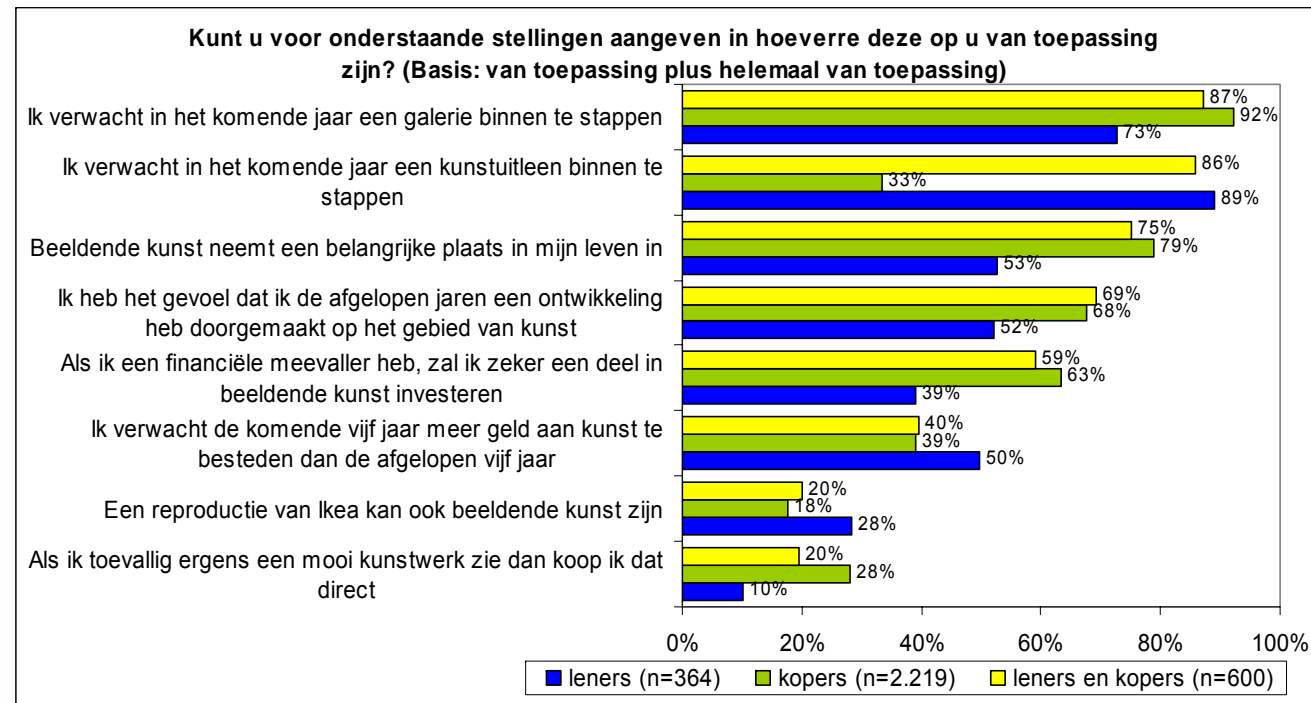
Resultaten:

- [Profiel leners en kopers](#)
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Doorstroom van de kunstuitleen naar galerie groter dan vice versa

- Leners verwachten eerder het komende jaar een galerie binnen te stappen dan dat kopers verwachten het komende jaar een kunstuitleen binnen te stappen.
- Voor kunstliefhebbers die kopen neemt kunst vaker een belangrijkere plaats in hun leven in dan voor kunstliefhebbers die alleen lenen.
- Leners zijn het vaker eens met de uitspraak dat een reproductie van Ikea ook kunst kan zijn dan respondenten die (ook) kopen.
- Meer kopers zullen een financiële meevaller investeren in kunst dan leners.



N.B.: In bovenstaand figuur zijn alleen de stellingen meegenomen waarop de drie groepen significant van elkaar verschillen. Voor een compleet overzicht zie grafiek 21, 22 en 23 van het grafiekenrapport.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- [Profiel leners en kopers](#)
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

"Ik liep langs en dacht ... dat is mooi"

"Kunst is net als met een verliefdheid, soms is die klik er opeens; bam!"

Aanleiding voor het lenen of kopen van kunst vooral emotioneel

Wat zijn voor u redenen om beeldende kunst in huis te halen?

Emotionele aanleiding

- Om ervan te genieten (78-82%)
 - Ik vind het mooi (73-77%)
 - Het is mijn passie (33-46%)
 - Om iets unieks te hebben (35-39%)
 - Om mezelf te verwennen (19-22%)
 - Verbonden met herinnering/gebeurtenis (7-17%)
- Leners noemen minder vaak dan kopers en leners én kopers 'het is mijn passie' en 'verbonden met herinnering'.

Rationele aanleiding

- Als decoratie (26-60%)
 - Uit ideële overwegingen (12 -17%)
 - Als investering/belegging (2-7%)
 - Om te laten zien aan anderen (3%)
- Leners noemen vaker dan de kopers en leners én kopers 'als decoratie' en minder vaak 'als investering'.
- Kunstliefhebbers tussen de 26 en de 45 jaar kopen vaker kunst als investering/belegging.
- Jongere kunstliefhebbers noemen vaker de reden 'als decoratie (boven de bank)' als reden om kunst in huis te halen.

"We hebben nu wat meer vastigheid in de vorm van een huis en daar mag ook wel een passend kunstwerk bij"

"Ik koop kunst als een belegging"

Een kanttekening die hierbij geplaatst moet worden is dat uit het kwalitatieve onderzoek bleek dat rationele argumenten vaak 'not done' zijn om te benoemen. Een kunstwerk zien als een investering is iets wat door velen ervaren wordt als iets dat niet mag worden uitgesproken.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- [Profiel leners en kopers](#)
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Lenen voor de afwisseling en kopen om het hebben

Wat zijn voor u redenen om beeldende kunst te kopen (en niet te lenen)?/ Wat zijn voor u redenen om beeldende kunst te lenen (en niet te kopen)?

Motieven voor lenen

- Variatie (kunnen wisselen) (58%-61%)
- Uitgestelde koop (33-41%)
- Onzekerheidsreductie (kunst op proef bij twijfel) (31-37%)
- Geen geld hebben om te kopen (23-38%)
- Laagdrempeligheid kunstuitleen (18-20%)

Motieven om niet te lenen

- Ik wil het niet meer weg doen (72-73%)
- Lenen is gedoe (1-9%)

Motieven voor kopen

- Kunst in bezit hebben (43-54%)
- Opbouwen verzameling/collectie (27-29%)
- Herinnering aan een bijzondere gelegenheid (vakantie/jubileum/huwelijk) (27-29%)
- Investering (7-8%)

Motieven om niet te kopen

- Onomkeerbaarheid van de aankoop (16-29%)
- Hoge prijs weerhoudt mensen om te kopen: de prijs schrikt af (4-10%)

"Je raakt er op een gegeven moment toch op uitgekeken en dan kun je nog eens wisselen"

"Als ik het mooi vind, wil ik het uiteindelijk toch hebben"

"Ik moet het teruggeven net als ik eraan gehecht ben"

"Dan moet ik weer met een schilderij op de fiets om het terug te brengen"

"Ik vergeet het vaak en dan moet ik een boete betalen"

"Dan is het van MIJ"

"Je zit er altijd aan vast"

N.B.: Genoemde motieven zijn de meest belangrijke, zie voor alle genoemde motieven het grafieken rapport hoofdstuk 1, grafiek 10 en 11.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- [Kunstuitlenen en galleries](#)
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Kunstuitlenen en galleries



Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- [Kunstuitlenen en galeries](#)
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

"Dat gegraai in die bakken staat me echt tegen"

NB: Zie bijlage 2 voor een overzicht van de associaties bij kunstuitlenen.

"Er wordt niet zo duur over kunst gedaan"

Toegankelijkheid, divers en ruim aanbod kenmerkend voor kunstuitleen

'Toegankelijkheid' en 'divers en ruim aanbod' meest genoemde redenen voor het lenen en/of kopen bij een kunstuitleen in de afgelopen drie jaar (grafiek 24).

"Bij de kunstuitleen kun je rondlopen zonder aangesproken te worden." Uit het kwalitatieve onderzoek bleek dat vooral jongeren dit aanspreekt omdat zij daardoor geen angst hoeven te hebben om hun vaak relatief beperkte kennis prijs te geven.

- Vooral de groep leners en de groep leners én kopers noemen toegankelijkheid en divers aanbod, goedkope kunst wordt meer genoemd door de groep leners.
- Jongeren geven vaker dan ouderen aan dat zij bij de kunstuitleen komen voor 'goedkope kunst'

'Het aanbod spreekt niet aan' en 'het assortiment is te beperkt' zijn redenen die de meeste kunstuitleenbezoekers ervan weerhouden om vaker dan nu te lenen of te kopen bij de kunstuitleen (grafiek 25)

- Te weinig tijd om vaker te lenen en/of te kopen weerhoudt vooral leners.
- De onvoldoende kwaliteit van de kunstwerken en dat de kunstwerken weer terug moeten weerhoudt vooral kopers.

De drie meest genoemde redenen om géén beeldende kunst te lenen of te kopen bij de kunstuitleen zijn: 'het aanbod spreekt niet aan', 'de kunstwerken moeten weer terug', 'de kwaliteit van de kunstwerken is onvoldoende' (grafiek 26)

Uit het kwalitatieve onderzoek bleek dat kunstliefhebbers het aanbod minder gespecialiseerd en hoogwaardig vinden en ze hebben het idee dat het personeel niet in staat is een inhoudelijk gesprek over kunst te voeren.

- Vooral de kopers lenen of kopen geen beeldende kunst bij de kunstuitleen omdat het aanbod niet aanspreekt.
- Vooral de leners én kopers lenen of kopen niet bij de kunstuitleen omdat de kwaliteit van de kunstwerken onvoldoende is, het aanbod en assortiment te beperkt/smал is en de presentatie van de kunstwerken onoverzichtelijk is.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- [Kunstuitlenen en galeries](#)
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

NB: Zie bijlage 2 voor een overzicht van de associaties bij galeries.

"Ik waardeer een goed gesprek met de galeriehouder en hij komt het ook zelf bij mij thuis brengen"

"Ik hoef er niet eens naar binnen want ik kan het toch niet betalen"

"De galeriehouder geeft je het idee dat je niet welkom bent en wil je testen op je kunstkennis"

"Het hangt er echt vanaf hoe het eruit ziet of ik naar binnen ga, in een winkelstraat vind ik het makkelijker, anders voel je je zo bekeken"

Aanbod en persoonlijke benadering onderscheidend voor galeries

'Aanbod' en 'persoonlijke benadering' meest genoemde redenen om te kopen bij een galerie in de afgelopen drie jaar (grafiek 27)

- 'Persoonlijke benadering', 'kennis van zaken bij galeriehouders' én 'galeries volgen de nieuwste ontwikkelingen' worden het meest genoemd door de groep kopers.
- Leners én kopers zeggen vaker dan kopers bij een galerie te kopen omdat niet alle kunstenaars samenwerken met de kunstuitleen.
- Ouderen noemen vaker dan jongeren 'galeriehouders hebben kennis van zaken' en 'ik krijg een persoonlijke benadering'.

Prijs is de voornaamste drempel voor galeriebezoekers om vaker dan nu beeldende kunst te kopen bij de galerie. Ook een 'beperkt budget' en 'te weinig tijd' worden genoemd (grafiek 28)

- Vooral de leners geven aan te weinig tijd te hebben om galeries te bezoeken.

'Hoge prijzen' voornaamste reden voor niet-bezoekers van galeries om géén beeldende kunst te kopen bij de galerie

Overige veel genoemde redenen zijn 'onduidelijkheid over de prijsstelling', zich er niet thuis voelen' en 'er komt elitair publiek' (grafiek 29).

- Hoge prijzen wordt vaker genoemd door de groep leners dan door de groep kopers.
- Meer leners én kopers dan overige groepen voelen zich niet thuis bij de galerie.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- [Kunstuitlenen en galeries](#)
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Belangstelling voor kunst vergroten door kunst op te nemen in onderwijsprogramma en door meer aandacht in de media

De kunstliefhebbers is gevraagd op welke wijze volgens hen de belangstelling voor kunst kan worden vergroot. Op deze sheet worden de belangrijkste suggesties van de kunstliefhebbers weergegeven.

Kunstuitlenen beter zichtbaar maken in de media

Door beter zichtbaar te zijn in de media (adverteren, internet), de kwaliteit van de collectie te verhogen, de collectie uit te breiden en de presentatie van de kunstwerken overzichtelijk te maken kan de kunstuitleen ervoor zorgen dat kopers ook gaan lenen (grafiek 30).

Galeries moeten meer laagdrempelige exposities/tentoonstellingen organiseren

Door laagdrempelige exposities/tentoonstellingen te organiseren, het aanbod meer bekend te maken, de KunstKoop te promoten en beter zichtbaar te zijn in de media (tv, radio, internet, kranten) kunnen de galeries ervoor zorgen dat de leners ook gaan kopen (grafiek 31).

Kunst opnemen in onderwijsprogramma vergroot belangstelling

Kunst opnemen in het onderwijsprogramma, meer aandacht voor kunst in de media (tv, radio, internet, kranten) en kunstevenementen organiseren (zoals open-atelierroutes) zijn de meest genoemde mogelijkheden om de belangstelling voor kunst te vergroten (grafiek 32).

- Vooral de leners én kopers vinden dat kunst moet worden opgenomen in het onderwijsprogramma en dat er kunstevenementen georganiseerd moeten worden.
- Meer aandacht voor kunst in de media wordt vaker genoemd door de kopers dan door de leners.
- Een website met informatie over kunst en informatie sturen, zoals een folder, worden vaker genoemd door de leners dan door de kopers.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- [Kunstcarrière](#)
- KunstKoop

Bijlagen

Kunstcarrière



Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

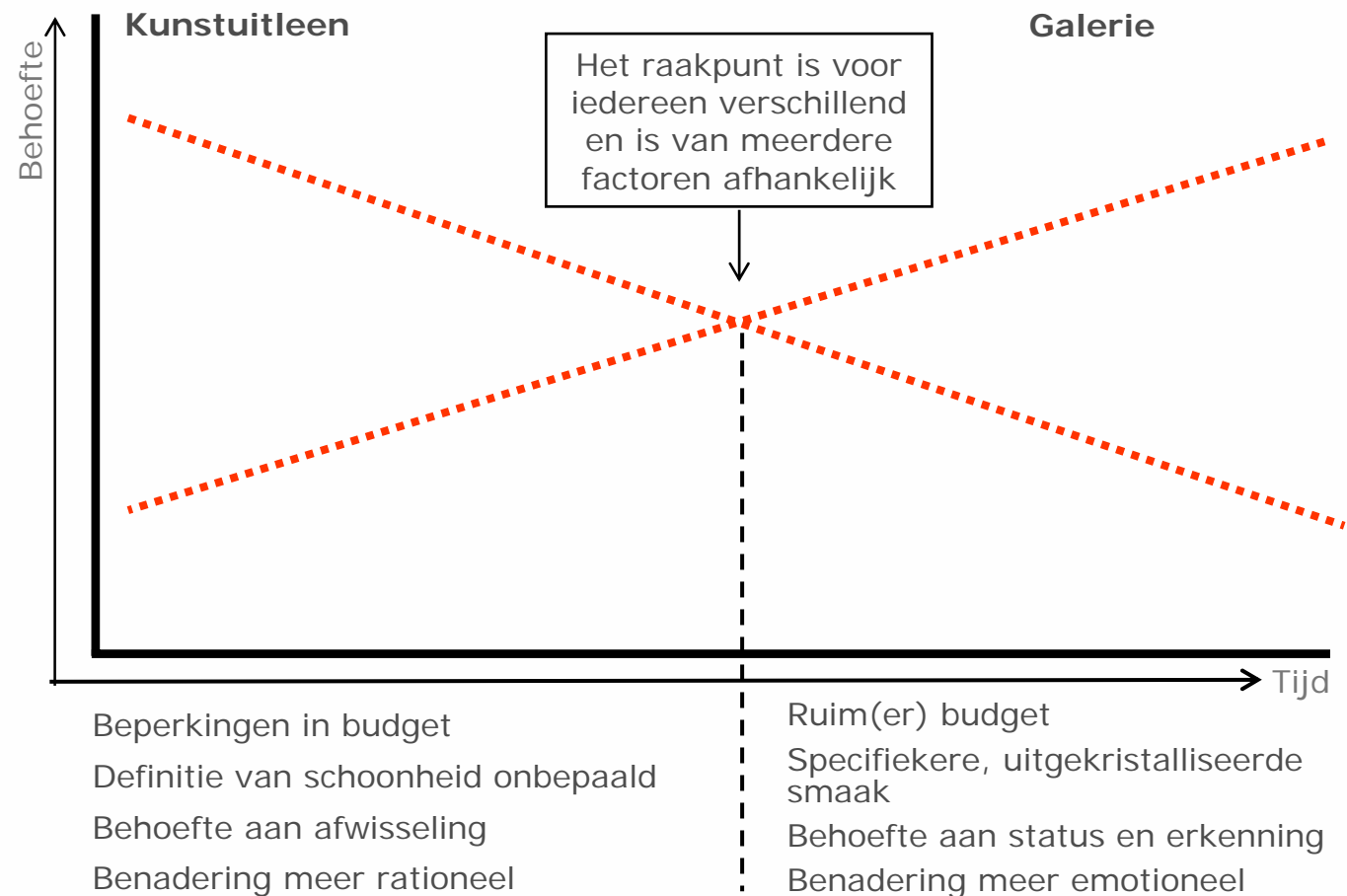
Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- **Kunstcarrière**
- KunstKoop

Bijlagen

De kunstcarrière ontwikkelt zich ...

De kunstuitleen voldoet vaak beter aan de kunstbehoefte in de eerste levensfasen. In de latere levensfasen wordt de galerie steeds vaker een goed alternatief.



Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- [Kunstcarrière](#)
- KunstKoop

Bijlagen

Interesse gewekt door school/opleiding en op leeftijd tussen 16 en 20 jaar

Door school/opleiding, bezoek aan musea en bezoek aan tentoonstellingen is men geïnteresseerd geraakt in beeldende kunst (grafiek 33)

- Vooral de groep kopers is door een bezoek aan een tentoonstelling geïnteresseerd geraakt in kunst.

“Op het werk mochten we kunst uitzoeken en dat vond ik zo leuk om te doen”

“Als kind moesten we iedere vakantie mee naar alle musea in de buurt. Toen vervloekte ik het, maar nu ben ik er blij mee”

Ongeveer eenderde (31-34%) van de kunstliefhebbers zegt geïnteresseerd te zijn geraakt in kunst tussen de 16 en 20 jaar (grafiek 34)

Ongeveer een op de vijf (21-22%) van de kunstgeïnteresseerden is al geïnteresseerd geraakt in kunst vóór hun 16de.

- Bij leners is er een kleine uitschieter tussen de 21 en de 25 jaar. Dit zou goed te maken kunnen hebben met het feit dat men op die leeftijd vaak een woning krijgt en men dan graag iets voor aan de muur wil.
- Studenten of jongeren die net student af zijn houden zich nog niet echt bezig met kunst aan de muur. Prioriteit ligt meer bij buitenshuis, bij vermaak en bij reizen dan bij interieur. Interesse komt vanzelf wanneer men meer gaat settelen.

Merendeel van kunstgeïnteresseerden heeft ongeveer elf jaar of langer geleden voor het eerst beeldende kunst geleend en/of gekocht (grafiek 35)

- Leners hebben vaker dan de twee andere groepen de afgelopen 4 jaar voor het eerst kunst geleend en/of gekocht.
- Kopers en leners én kopers hebben meer dan leners elf jaar of langer geleden voor het eerst kunst geleend en/of gekocht. Echter, deze twee groepen zijn over het algemeen ook iets ouder dan de leners.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- [Kunstcarrière](#)
- KunstKoop

Bijlagen

'Spontane aankoop/toen ik iets moois' voornaamste reden voor eerste aanschaf beeldende kunst

'Spontane aankoop/toen ik iets moois zag', is veelal de reden om juist op dat moment beeldende kunst te kopen of te lenen (grafiek 36)

- Spontane aankoop/toen ik iets moois zag en bezoek aan beurs/veiling/expositie wordt vooral door kopers genoemd.
- Minder leners dan de overige groepen zeggen genoeg geld gespaard/verkregen te hebben.

Het eerste geleende of gekochte kunstwerk is meestal geschilderde kunst. Daarna wordt 'gedrukte kunst' en 'sculptuur/ruimtelijk' genoemd (grafiek 37)

- Vooral leners hebben voor het eerst geschilderde kunst geleend en/of gekocht.
- Meer leners én kopers dan uitsluitend leners hebben gedrukte kunst voor het eerst geleend en/of gekocht.
- Meer kopers dan overige groepen hebben voor het eerst sculptuur/ruimtelijk geleend en/of gekocht.
- Jongere kunstliefhebbers kopen/lenen vaker fotografische kunst. Ook geven zij vaker dan oudere kunstliefhebbers aan fotografie als eerste type kunstwerk gekocht te hebben.
- Oudere kunstliefhebbers kopen/lenen daarentegen vaker sculpturen of ruimtelijke kunst. Oudere kunstliefhebbers geven ook vaker dan jongere kunstliefhebbers aan dit als eerste type kunstwerk gekocht/geleend te hebben

Uit het eerste kwalitatieve onderzoek bleek dat bij jonge kunstliefhebbers veelal de financiële middelen ontbreken om te kopen, waarbij huur een goed alternatief is. Daarnaast heeft men meer behoefte aan variëteit en prikkeling van kunst. Men wil nog geen definitieve keuze voor een grote aankoop hoeven maken.

Door de tijd heen ontwikkelen smaak, kennis en zelfvertrouwen zich, waardoor men eerder gaat kopen. Echter, sommige kunstgeïnteresseerden blijven behoefte houden aan veel verschillende prikkels, en zullen daarom naast kopen ook (blijven) lenen.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- [KunstKoop](#)

Bijlagen

KunstKoop



Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- [KunstKoop](#)

Bijlagen

Meer dan de helft van de kunstliefhebbers niet bekend met KunstKoop

KunstKoop meest bekend onder kopers (51%)

- Kopers (51%) meest bekend met de KunstKoop, leners én kopers minder (43%) en leners (17%) het minst.
- Hoe ouder, hoe beter kunstliefhebbers bekend zijn met KunstKoop. Met name kunstliefhebbers tot en met 35 jaar zijn minder op de hoogte van KunstKoop.

"Ik heb er wel eens iets over gehoord maar wanneer kan ik daar gebruik van maken dan?"

Van de kunstgeïnteresseerden die KunstKoop kennen geeft ongeveer de helft aan dat KunstKoop een renteloze lening is van de Mondriaan Stichting

Ook wordt 'betaling in termijnen' en een 'renteloze lening van galleries of van een andere organisatie' genoemd als zijnde KunstKoop (grafiek 38).

- Vooral de groep kopers en de groep kopers én leners zeggen dat de KunstKoop een renteloze lening van de Mondriaan Stichting is.
- De groep leners denkt vaker dat de KunstKoop betekent dat er in termijnen kan worden betaald.

Driekwart is vooral bekend geraakt met de KunstKoop via de galleries

Daarnaast kennen kunstliefhebbers de KunstKoop ook wel van de KunstKoop-folder en via kunstuitlenen (grafiek 39).

- Vooral kopers zijn bekend geraakt met de KunstKoop via de galleries.
- De leners zijn vooral bekend geraakt met de KunstKoop via de galleries (39%) en de kunstuitlenen (39%).

"Ze moeten de regeling juist promoten bij mensen die nog geen interesse hebben in kunst"

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- [KunstKoop](#)

Bijlagen

Velen overwegen KunstKoop, maar maken er nog geen gebruik van

Merendeel (96%) van leners heeft nog nooit gebruikgemaakt van KunstKoop

- Kopers maken het vaakst gebruik van de KunstKoop (36%), gevolgd door leners én kopers (24%).
- Hoe ouder men is, hoe vaker men gebruik heeft gemaakt van de KunstKoop.

Merendeel van kunstgeïnteresseerden (77-85%) zou KunstKoop bij een volgende aankoop overwegen

- De groep leners overweegt het minst de KunstKoop (77%).

Meest genoemde redenen om KunstKoop te overwegen zijn '*mogelijkheid tot gespreide betaling*' en '*mogelijkheid om een (duurder) kunstwerk aan te schaffen*' (grafiek 42)

De meest genoemde redenen om KunstKoop misschien te overwegen, is (1) als er een kunstwerk is dat men beslist/heel graag wil hebben en (2) afhankelijk van de prijs van de kunst/bij een (te) dure aankoop (grafiek 43)

- Vooral bij de groep kopers is het afhankelijk van de prijs van het kunstwerk.

Belangrijkste reden om de KunstKoop niet te overwegen is dat men geen lening wil afsluiten

In het kwalitatieve onderzoek werd ook gezegd dat het gevoel van schulden negatief associeert met instanties die 'goedkope' leningen aanbieden.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- [KunstKoop](#)

Bijlagen

KunstKoop (zeer) aantrekkelijke regeling

Ongeveer driekwart vindt de KunstKoop een (zeer) aantrekkelijke regeling (grafiek 40)

- De groep kopers en de groep kopers én leners vinden de regeling vaker (zeer) aantrekkelijk dan de groep leners.
- Vooral de groep kopers vindt de KunstKoop een zeer aantrekkelijke regeling.

De KunstKoop kan volgens de kunstliefhebbers het meest aantrekkelijk worden gemaakt door: 'méér galleries in Nederland die de KunstKoop aanbieden', 'een lager minimumleenbedrag in te stellen' en 'het benadrukken van het ideële karakter van de regeling' (grafiek 41)

- Vooral de groep leners vindt dat de KunstKoop aantrekkelijk kan worden gemaakt door een lager minimumleenbedrag in te stellen.
- De groep leners én kopers vinden meer dan de andere groepen dat de maximale afloperiode moet worden verlengd.
- Het benadrukken van het ideële karakter van de regeling en het instellen van een hoger leenbedrag worden vooral genoemd door de groep kopers.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlagen

Bijlage 1: Methode van onderzoek

Bijlage 2: Betrouwbaarheidmarges

Bijlage 3: Associatief netwerk

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeriën
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 1: Methode eerste kwalitatieve fase



- Vier groepsdiscussies met 8 personen per groep
- Uitgevoerd op 7 en 11 september in Amsterdam
- Kunstkopers bij galeriën en gebruikers van de kunstuitleen
 - Leeftijdsgroep 25 tot en met 44 jaar
 - Leeftijdsgroep 45 jaar en ouder

Opzet van de gesprekken

- Wat is de beleving van kunst?
- In hoeverre is er sprake van een kunstcarrière?
- Hoe denkt men over de KunstKoop?
- Wat zijn overwegingen om te kopen of te lenen?
- Wat is het beeld van de kunstuitleen?
- Wat is het beeld van de galerie?
- Welke drempels en motivatoren worden onderkend voor de kunstuitleen en de galerie?
- Hoe kunnen meer mensen gestimuleerd worden om vaker naar de kunstuitleen en galeriën te gaan?

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galleries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 1: Methode kwantitatieve fase



- Het kwantitatieve onderzoek is via een online vragenlijst uitgevoerd onder klanten van kunstuitlenen en galleries. Stichting Artes heeft uitnodigingen verstuurd en oproepen geplaatst in verschillende kunstmagazines. Respondenten konden via een link de vragenlijst invullen.

Veldwerk

Het veldwerk heeft plaatsgevonden van 19 oktober tot 23 november 2006. Respondenten zijn geworven via:

- Aanschrijving leden kunstuitlenen (740 e-mailadressen)
- Oproep in magazine Kunstbeeld (10.000 abonnees)
- Aanschrijving deelnemers KunstKoopregeling via Fortis (10.000 KunstKoop-klanten)
- Aanschrijving van personen in het Artstart-bestand (13.000 kunstgeïnteresseerden)
- Schriftelijke mailing via kunstuitleen Amstelveen (1267 abonnees)

Vragenlijst en respons

De vragenlijst bestond uit 46 gesloten vragen waaronder 3 open vragen. In totaal hebben 3.183 respondenten de vragenlijst ingevuld. Zie voor de steekproefopbouw de volgende sheet.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

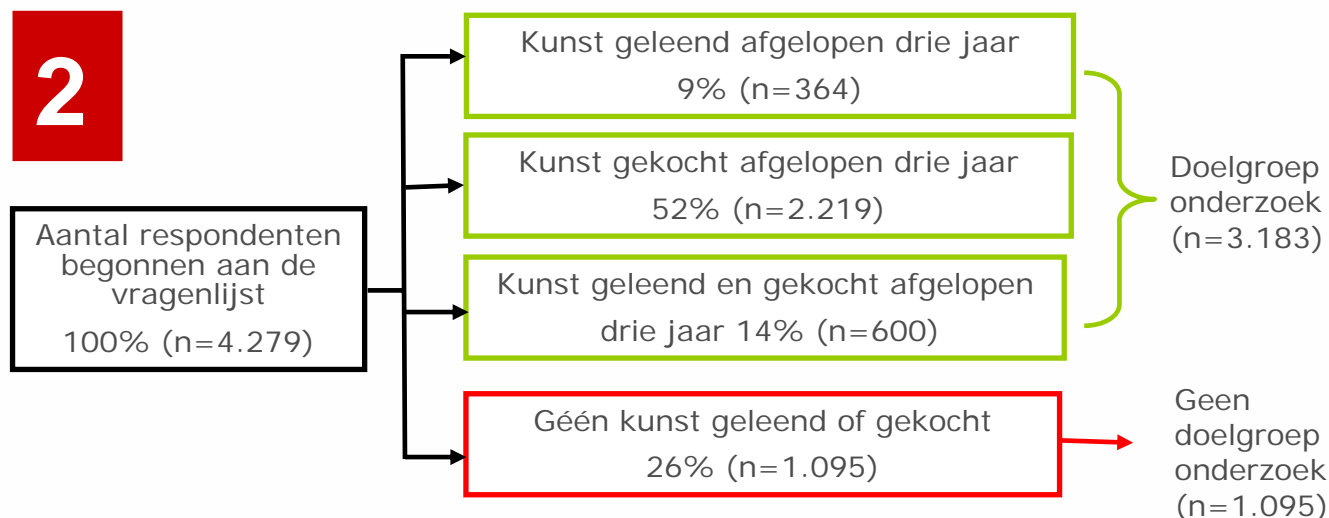
Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 1: Opbouw steekproef kwantitatieve fase



Representativiteit

De manier waarop de respondenten zijn geworven bepaald de samenstelling van de steekproef. De totale steekproef geeft op de meeste aspecten een goed beeld van de kunstgeïnteresseerden in Nederland, maar is niet representatief voor deze groep (zie ook bijlage 1 voor de betrouwbaarheidsmarges). Met name bij de profielen van de verschillende groepen zijn bijvoorbeeld de demografische kenmerken duidelijk bepalend voor de samenstelling van de steekproef.

Bij het analyseren van de resultaten bleek dat een beperkte groep respondenten moeite heeft om zich meteen te herinneren of men iets gekocht of geleend heeft in de afgelopen drie jaar. Tijdens het doorlopen van de vragenlijst lijken respondenten zich meer te herinneren. Zo geeft 14% van de leners aan ook gekocht te hebben in de afgelopen drie jaar en 28% van de kopers dat zij ook geleend hebben. Om voor alle respondenten de selectievraag wel gelijk te houden, is ervoor gekozen de oorspronkelijke selectievraag voor het indelen in drie groepen te handhaven.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 1: Methode tweede kwalitatieve fase

3

- Twee groepsdiscussies met 6 personen per groep
- Uitgevoerd op 8 januari in de onderzoekstudio's te Amsterdam
- Kunstgeïnteresseerden die aan het begin van hun kunstcarrière staan
 - Leeftijdsgroep 25 tot en met 29 jaar
 - Leeftijdsgroep 30 tot 35 jaar

Opzet van de gesprekken:

- Wat is de beleving van kunst van jongeren?
- In hoeverre is er sprake van een kunstcarrière?
- Wat is het beeld van de kunstuitleen?
- Wat is het beeld van de galerie?
- Welke drempels en motivatoren worden onderkend voor de kunstuitleen en de galerie?
- Hoe kunnen meer mensen gestimuleerd worden om vaker naar de kunstuitleen en galeries te gaan?

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

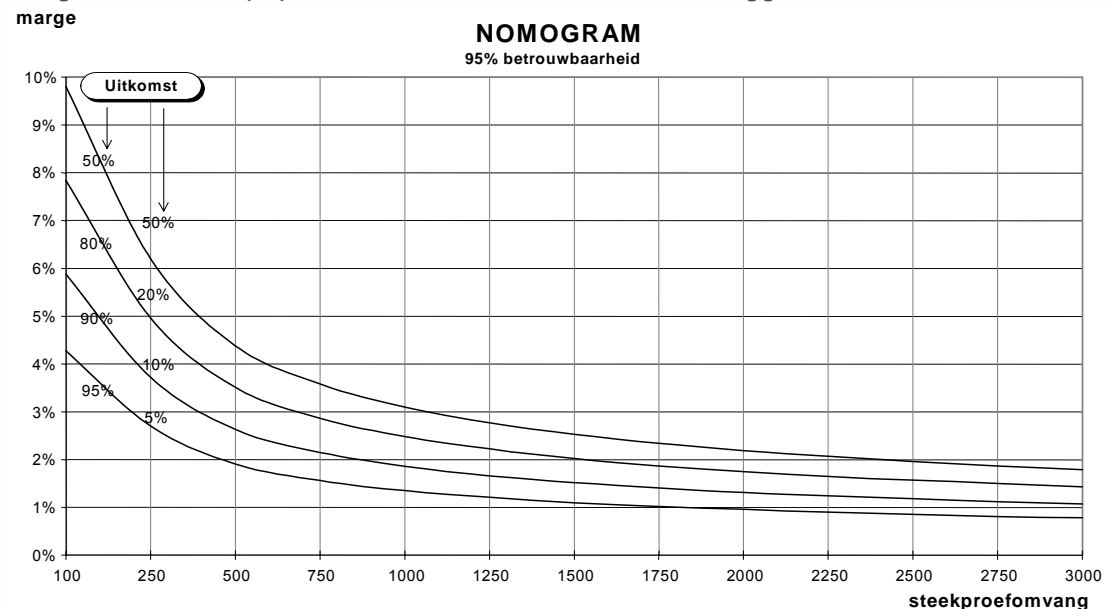
Bijlagen

Bijlage 2: Betrouwbaarheidsmarges

Leners: Bij een steekproefomvang van $n=364$ en een gewenste betrouwbaarheidsmarge van 95% zal een gevonden percentage van 50% in de steekproef in 95% van de gevallen in de populatie tussen de 44,9% en 55,1% liggen.

Kopers: Bij een steekproefomvang van $n=2.219$ en een gewenste betrouwbaarheidsmarge van 95% zal een gevonden percentage van 50% in de steekproef in 95% van de gevallen in de populatie tussen de 47,9% en 52,1% liggen.

Leners én kopers: Bij een steekproefomvang van $n=600$ en een gewenste betrouwbaarheidsmarge van 95% zal een gevonden percentage van 50% in de steekproef in 95% van de gevallen in de populatie tussen de 46,0% en 54,0% liggen.



Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 3: Associatief netwerken

In deze bijlage worden twee associatieve netwerken getoond, te weten één voor de kunstuitleen en één voor de galeries. In een associatief netwerk worden de associaties getoond bij een bepaald thema en worden deze waar mogelijk met elkaar in verband gebracht of gegroepeerd. De associaties zijn verkregen uit de verschillende groepsdiscussies waarbij beeldvorming of imago van de kunstuitleen en de galerie een belangrijk onderwerp van de discussie was.

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

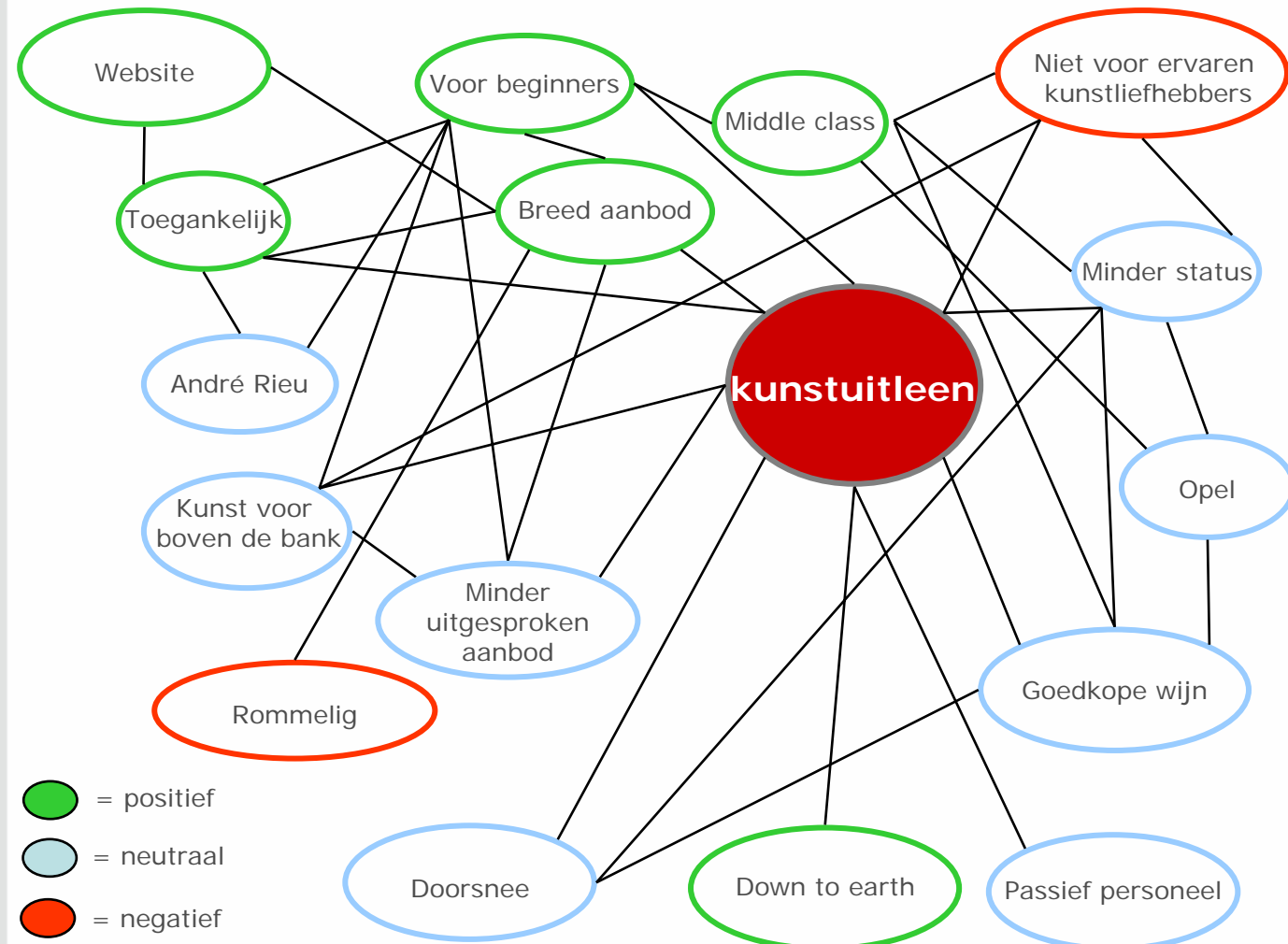
Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 3: Associatief netwerk kunstuitleen



- = positief
- = neutraal
- = negatief

Leeswijzer

Inleiding

- Achtergrond
- Doel- en probleemstelling
- Methodiek
- Begeleidingscommissie

Conclusies

Aanbevelingen

Resultaten:

- Profiel leners en kopers
- Kunstuitlenen en galeries
- Kunstcarrière
- KunstKoop

Bijlagen

Bijlage 3: Associatief netwerk galerie

