

Beleidsplan 2025-2026

Stichting Das Leben am Haverkamp

Inhoudsopgave

Das Leben am Haverkamp

Achtergrond	p. 1
Visie en Missie	p. 2
Positionering	p. 2

Reflectie activiteitenprogramma 2023	p. 3
--------------------------------------	------

Activiteitenprogramma 2025

Algemeen	p. 4
Werkperiodes januari - oktober	p. 4
<i>activiteit 1: Kick-off</i>	p. 5
<i>activiteit 2: MAISON the FAUX x Rewire</i>	p. 5
<i>activiteit 3: Baby Reni</i>	p. 6
<i>activiteit 4: Luca Tichelman</i>	p. 6
<i>activiteit 5: Open Call voor schrijvers i.s.m. Mister motley</i>	p. 7
Filmprogramma	
<i>activiteit 6: Filmprogramma</i>	p. 7
Pilot Zeeland	p. 8
Partners	p. 8

Communicatie en digitale strategie

Publieksbereik	p. 9
Publieks toegankelijkheid	p. 10

Bedrijfsvoering

Algemeen	p. 10
Organisatie en Governance	p. 11
Fair Practice Code	p. 12
Beloningsbeleid	p. 13
Werving inkomsten	p. 14
Eigen Inkomsten	p. 14
Financiële risico's	p. 15
Besteding vermogen en fondsen	p. 15
Beheer vermogen	p. 15

Das Leben am Haverkamp

Achtergrond

In 2022 is Stichting Das Leben am Haverkamp opgericht en komt voort uit het makerscollectief Das Leben am Haverkamp bestaande uit Christa van der Meer, Dewi Bekker, Gino Anthonisse en Anouk van Klaveren. We hebben dit collectief geformeerd in 2014, vanuit een gedeelde urgentie om nieuwe betekenissen toe te kennen aan het beroep modeontwerper, in een tijd waarin er meer kleding in omloop is dan we kunnen verslijten. Afgestudeerd als modeontwerpers ten tijde van een ecologische crisis, heeft ons doen besluiten ons steeds verder te distantiëren van mode als commerciële industrie, en onze werkzaamheden steeds meer als interdisciplinaire kunstenaarspraktijken in te richten waarmee we mode als cultureel fenomeen ontleden en haar functie bevragen.

Missie en Visie

We zien het vormgeven van een infrastructuur voor alternatieve modepraktijken als een gedeelde verantwoordelijkheid van makers, waar we met ons initiatief en activiteitenprogramma aan bij willen dragen. We geloven dat mode als belichaamde onderzoekspraktijk waardevolle perspectieven kan bieden op maatschappelijke kwesties. We zijn ervan overtuigd dat mode als toegankelijke en aantrekkelijke kunstvorm een betekenisvolle bijdrage kan leveren aan het publieke debat.

Ons initiatief Das Leben am Haverkamp is gevestigd aan de Stille Veerkade 19 in Den Haag, waar we programma maken in het verlengde van onze gezamenlijke fascinatie voor de onbevattelijke, absurde logica waarop mode drijft. In dit activiteitenprogramma staat niet ons eigen werk centraal, maar dat van andere makers. Middels dit programma onderzoeken we de potentie van mode als verbindende en belichaamde onderzoekspraktijk. Door de lens van mode onderzoeken de makers die we uitnodigen hedendaagse thema's en actuele maatschappelijke vraagstukken. Met mode en het menselijk lichaam als vertrekpunt, faciliteren we experimentele samenwerkingen met aangrenzende disciplines, zoals beeldende kunst, film, muziek, performance en sociale wetenschap.

Via tactiele kostuums, sculpturen, installaties en performances onderzoeken de makers die we uitnodigen de aanzuigende werking van *luxury* en het gekostumeerde rollenspel dat ook wel het dagelijks leven wordt genoemd. Transformatie, absurdisme en humor worden ingezet als gereedschap om een kritische en onderzoekende blik te werpen op de hyper-kapitalistische maatschappij waarin we leven, identiteitsvraagstukken aan te snijden en te reflecteren op wat het betekent om mens te zijn in de 21e eeuw. Juist mode is in haar essentie nauw aan deze thema's verbonden. We geloven dat mode als toegankelijke kunstvorm een betekenisvolle bijdrage kan leveren aan het publieke debat. We zijn ervan overtuigd dat de aantrekkelijkheid van mode een ingang biedt tot complexe maatschappelijke vraagstukken.

Ons initiatief heeft de vorm van een artist-run space: een plek waar intieme ontmoetingen tussen maker, publiek en presentatie samenkomen. De ruimte doet dienst als atelier en presentatieruimte. Zowel in de activiteiten als de manier waarop we het publiek benaderen ligt deze tweeledige focus besloten; bij voorkeur is het publiek nooit een passieve *by-stander*, maar wordt deze uitgenodigd om te maken, te ervaren, in gesprek te gaan en deel te nemen.

Elke drie maanden nodigen we een maker uit om zich bij het collectief aan te sluiten als *artist in residence*. We zijn met name geïnteresseerd in makers waarvan de praktijk in ontwikkeling is. Leeftijd speelt hierin geen rol; ze zijn pas afgestudeerd of bevinden zich op een kantelpunt in hun praktijk. De discipline waarbinnen de maker normaliter werkt is ook niet van belang zolang het aansluit bij ons inhoudelijke uitgangspunt. In het werkproces geven we de geprogrammeerde makers veel vertrouwen op basis van hun eerder gerealiseerde projecten. Experiment staat daarin voorop en we vinden het erg belangrijk dat er ruimte is om te falen. We moedigen makers aan zich gepassioneerd te storten op iets waarvan ze de uitkomst nog niet kunnen kennen en we moedigen hen aan om samenwerkingen aan te gaan. Afhankelijk van de geselecteerde maker wordt de werkperiode afgesloten met een publieksprogramma, bestaande uit een performancereeks, tentoonstelling, workshop, lezing of diner.

Vanuit de bovenstaande uitgangspunten vloeien onze kerntaak en doelen voort:

- Een platform bieden aan praktijken op het snijvlak van mode en aanverwante disciplines die vanuit steeds wisselende perspectieven een bijdrage leveren aan maatschappelijke vraagstukken.
- Aantrekkelijkheid van mode, kostuum en beauty inzetten als toegankelijke kunstvorm om complexe hedendaagse thema's, zoals identiteit en hyperkapitalisme, invoelbaar te maken bij een breed publiek.
- Klimaat creëren waarin ruimte ontstaat voor interdisciplinaire samenwerking, experiment en onderzoek, waarin onverwachte verbanden kunnen ontstaan tussen mode en maatschappij.

Positionering

Op nationaal niveau hebben we aansluiting kunnen vinden bij diverse initiatieven die zich inzetten voor experimentele modepraktijken. Binnen dit veld hebben ze allen een eigen focus: het bieden van een jaarlijks festival met nadruk op jong talent en verschillende presentatievormen (FASHIONCLASH), modebiënnale met internationale gastcuratoren (State of Fashion), programma's aanjagen op het gebied van sieraad en identiteit door landelijk musea en presentatieplekken aan elkaar te verbinden (Current Obsession), en benadering van mode vanuit een theoretisch kader en publishing (Warehouse). Wij vullen dit veld aan als enige artist run space die zich concentreert op mode en een fysieke plek beslaat. Hiermee hebben we ons steeds specifieker kunnen profileren. Tegelijkertijd overstijgen we deze niche, door steeds verbanden te slaan met andere disciplines, zoals beeldende kunst, muziek, performance, animatie, nailart en sociale wetenschap waarmee we een breed publiek aanspreken. Naast deze mode initiatieven voelen we ons ook verwant met plekken als 1646 (ruimte voor experimentele hedendaagse kunst, Den Haag), Marres (huis voor hedendaagse cultuur, Maastricht) en het ATOPOS (centrum voor hedendaagse visuele cultuur, Athene). Het zijn podia met immersieve en experimentele presentatievormen, waar de scheiding tussen autonome en toegepaste kunst niet wordt gemaakt.

In Den Haag hebben we het juiste klimaat gevonden om ons initiatief te runnen. Er is een levendig cultureel veld met veel ruimte voor broedplaatsen en kunstenaarsinitiatieven. We zijn een van de weinige instellingen in de regio die ons programma vanuit een design achtergrond vormgeven en in het specifiek mode. Met ons unieke profiel streven we ernaar om binnen het culturele aanbod het mode-domein te verstevigen en alternatieve mode-praktijken meer zichtbaarheid te geven.

Reflectie op activiteitenprogramma 2023

Waar we in 2022 nog als niet-structureel gefinancierd initiatief middels improvisatie en projectsubsidies een publieksprogramma op poten hebben gezet, konden we dat in 2023 doen met de steun van de 1-jarige activiteitsubsidie van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Hierdoor hebben wij het jaar rond programma kunnen maken. Dit heeft geresulteerd in een reeks van vijf hoofdactiviteiten. We lichten deze hieronder kort toe:

1. Philipp Schueller, *Procrustinean*, januari - maart 2023 (302 fysieke bezoekers) Philipp ontwikkelde de installatie en performance *Procrustinean* waarin hij parallellen trekt tussen de dwangmatige zucht naar het nieuwe in mode en een diepgewortelde drang tot evolutie. Hij vergelijkt daarbij de mens die zijn kleding afdankt met andere levensvormen die hun huid verliezen of een metamorfose ondergaan. De tentoonstelling was onderdeel van de kunstroute Hoogtij. Daarnaast organiseerden we in samenwerking met Warehouse een artist talk en ontwikkelden we een publicatie.

2. Bodil Ouédraogo en Bram Owusu, *Framed Intimacy*, maart - april 2023 (454 fysieke bezoekers) Bodil Ouédraogo ontwikkelde in samenwerking met componist Bram Owusu voor de gelegenheid van Rewire Festival het werk *Framed Intimacy*. In deze installatie onderzoekt Bodil vanuit haar Nederlands-Burkinese achtergrond middels sculptuur, video, muziek en dans de verschillende culturele perspectieven op identiteit, voorouders en individualiteit.

3. Pauline Oosterhoff, *Nails*, april - juni 2023 (315 fysieke bezoekers) Sociaal wetenschapper en kunstenaar Pauline Oosterhoff heeft met Lê Đình Đức, Ngọc Đào, Nguyễn Minh Thư, Nhung Bùi Hồng en Trần Thị Thanh Hương Das Leben am Haverkamp getransformeerd tot functionerende nagelsalon. Middels de persoonlijke verhalen van deze lokale nagelkunstenaars werd tijdens een nagelbehandeling de deur geopend naar een groter verhaal over de complexe dynamiek tussen arbeidsmigratie en de nagelindustrie. De tentoonstelling opende tijdens Hoogtij, maakte deel uit van Bermuda Open en is doorgereisd naar De Parade Amsterdam.

4. Yannik Güldner, *The Side Eye*, juli - september 2023 (348 fysieke bezoekers) De groepstentoonstelling onderzoekt "The Side Eye"; de blik van de ander. In deze tentoonstelling

bracht curator Yannik Güldner zes kunstenaars samen die de kritische dialoog aangaan rond de vraag - Hoe zie jij mij? Ze onderzoeken de rol van het uiterlijk hierin en de dunne lijn tussen identiteit en stereotype.

5. Filmprogramma: *Screening: Alter Egos*, oktober - december 2023 (2.400 fysieke bezoekers, schatting)

In dit programmaonderdeel gebruiken we de gehele glazen gevel van het pand als podium voor video, animatie en digital fashion, waarbij de makers geselecteerd werden via een open call door een externe jury. Het programma maakte deel uit van OBSESSED! Festival, geïnitieerd door Current Obsession, en Hoogtij.

Deze uitwerking van de artistieke doelen ging hand in hand met het vergroten van onze reikwijdte en het creëren van meer draagvlak voor ons initiatief. Hoe kunnen we binnen onze missie ruimte creëren voor andere stemmen en toegankelijk worden voor een breed publiek? Het jaarprogramma van 2023 had als voornaamste doelstelling om methodes te ontwikkelen om buiten onze eigen kring en netwerk te kunnen treden door middel van het:

- aangaan en versterken partnerschappen (alle activiteiten)
- ontwikkelen nieuw programmaonderdeel met werktitel *Meet the neighbours*, waarin we perspectieven op mode inbrengen uit de cultureel diverse buurt waar we gevestigd zitten. (activiteit 3)
- ontwikkelen open call (activiteit 5)
- aanstellen externe selectiecommissie (activiteit 5)
- format ontwikkelen voor nieuwsbrief, raamtekst/signing, persberichten (alle activiteiten) - oprichten Raad van Advies (reflectie en professionalisering organisatie)

We hebben met enthousiasme geconstateerd dat we in 2023 met behulp van het bovenstaande programma en actiepunten in korte tijd nieuwe publieksgroepen en makers hebben kunnen bereiken. Dit vertaalt zich niet alleen terug in gestaag groeiende bezoekersaantallen, maar ook in de diversiteit van deze nieuwe bezoekers die we door de specifieke thema's die per activiteit aangesneden worden hebben bereikt. Het werken met diverse partners heeft eveneens bijgedragen aan onze zichtbaarheid.

Op organisatorisch gebied hebben we een steile leercurve gekend omdat we veel dingen voor het eerst deden en snel stappen maakten. Verder hebben we geconstateerd dat we in onze begrote uren voor organisatie niet altijd genoeg uren begroot hadden waardoor we extra tijdsinvesteringen moesten doen bij onvoorziene situaties en we die niet konden uitbetalen. In 2024 hebben we onze werkwijze kunnen stroomlijnen en op basis van ervaring realistischer kunnen begroten.

Activiteitenprogramma 2025

Algemeen

In 2025-2026 willen we onze artistieke koers continueren, om ons zo verder te profileren. Dit is voor ons als jong initiatief van groot belang om zo een duidelijke signatuur af te geven aan ons publiek maar ook aan makers en partners in het culturele veld. Hiermee beogen we ons profiel en positie verder te verstevigen. In 2025 zal ons programma bestaan uit drie werkperiodes die resulteren in een publieksprogramma (januari-oktober) en een filmprogramma (november-december), gescreend op de glazen gevel. Aan elk van deze hoofdactiviteiten zullen we diverse evenementen verbinden waarin het publiek op verschillende lagen kennis maakt met het werk van de makers.

Werkperiodes: januari - oktober

De werkperiode heeft als doel om een klimaat te scheppen voor talentontwikkeling waarin ruimte ontstaat voor interdisciplinaire samenwerking, experiment en onderzoek. De makers die we selecteren voor de werkperiode nodigen we uit om een tijdje bij ons te werken en zo een nieuw experimenteel project te ontwikkelen. In een periode van twee à drie maanden hebben de makers

onbeperkt toegang tot ons atelier, waar ze hun eigen werkplek krijgen. Ze beschikken tijdens deze periode over onze projectruimte (vijf meter hoge witte ruimte van 30 m²) en hebben toegang tot de werkplaats en alle faciliteiten (textielwerkplaats met diverse industriële strijk- en naaimachines, leerbewerkingsgereedschap, hout/metaal werkplaats met diverse zaag- en schuurapparatuur, werkbank voor edelsmeden en miniatuuurbouw, ververij, ruimte voor gieten en mallen maken, bibliotheek).

Daarnaast begeleiden we hen in deze periode door in verschillende fases mee te denken over de manier waarop de vertaling naar het publiek gemaakt kan worden. We dagen de ideeën van de maker uit, treden op als sparringpartner, bieden advies bij de scenografie of tentoonstellingsontwerp en bieden technische ondersteuning. Zo krijgt de maker introducties op de verschillende machines en denken we mee hoe ze deze technieken kunnen inzetten in hun project. Dit alles gebeurt op basis van de specifieke behoefte van de maker; we stellen ons hierbij adviserend op. Dit maakproces zien we als een integraal onderdeel van ons programma. Tevens is dit de periode waarin er publieke workshops worden georganiseerd, en er samengewerkt wordt met andere makers of buurtbewoners.

Elke werkperiode eindigt met een periode van openstelling voor publiek. Omdat we van ons publiek als feedback kregen dat ze soms openstellingen misten vanwege de korte looptijd, verlengen we in 2025-2026 de openstellingsperiode. Waar in 2023 en 2024 de tentoonstellingen vaak 2 tot 4 weekenden open waren, zullen we de werkperiodes in 2025-2026 afsluiten met 4 tot 5 weekenden openstelling voor publiek. Op die manier scheppen we de mogelijkheid om verschillende evenementen te organiseren rondom de projecten. De openingstijden die we hanteren zijn op weekenddagen van 11:00 tot 17:00 uur en doordeweeks op afspraak. Daarnaast organiseren we per activiteit een opening en een op maat gemaakt randprogramma met o.a. workshops, *artist talks* en performances en nemen we deel aan kunstroutes. Hiervoor worden per evenement extra passende openingstijden gehanteerd.

activiteit 1: Kick-off: januari 2025

Om een makersklimaat te bevorderen zullen we in januari aftrappen met een kick-off dag, waar alle makers die deelnemen aan de werkperiode van het kalenderjaar worden uitgenodigd. Het heeft als doel om ons als team aan de makers voor te stellen en de makers en hun werk aan elkaar. Hiermee beogen we de uitwisseling tussen de geselecteerde makers gedurende het jaar te bevorderen. Daarnaast verkennen we gezamenlijk de buurt. In 2024 nodigden we stadsprogrammeur Dorien Theuns uit (verbonden aan Stedelijk Museum Schiedam) die tijdens deze middag een inspirerend inkijkje gaf in de onconventionele manier waarop het museum onverwachte verbanden legt met diverse communities die Schiedam rijk is. Ook in 2025-2026 zullen we de makers op een dergelijke manier stimuleren om na te denken hoe hun project een relatie kan aangaan met de omgeving en haar bewoners.

activiteit 2: MAISON the FAUX x Rewire (bevestigd): januari - april 2025

MAISON the FAUX (vrij vertaald: het Pretenderende Modehuis) is een creatieve studio gerund door Joris Suk (1987) en Tessa de Boer (1990), die opereert op het snijvlak van mode en performance. Met een grote fascinatie voor het echte vs. het neppe, onderzoeken ze de bluf en fantasie waarop mode drijft. Via maximalistische mode en overdonderende performances bevragen ze de goede smaak en de uitsluitingsmechanismen die aan het exclusieve karakter van mode ten grondslag liggen. In het radicaal inclusieve universum dat ze scheppen, rekenen ze af met alle hokjes waarin ons brein geneigd is te denken en mag iedereen op de voorgrond schitteren.

Waar ze in hun beginjaren vooral een grote focus hadden op het creëren van modecollecties in catwalk context, is Maison the Faux zich de laatste jaren steeds meer gaan verbinden aan het domein van de podiumkunsten. We willen deze crossdisciplinaire koers stimuleren en hun werk zichtbaarheid geven in Den Haag door hun werkperiode te koppelen aan Rewire 2025.

Voor deze gelegenheid zal Maison the Faux samenwerken met performer Arno Verbruggen en de Egyptisch-Amsterdamse DJ YoungWoman, die zich beiden inzetten voor de queer gemeenschap. In deze samenwerking zullen ze een soundscape en performance ontwikkelen, waarin ze onderzoeken hoe christelijke en heidense rituelen en symbolen door het kapitalisme geassimileerd worden. Ze zijn geïnteresseerd in de synthetische, hedendaagse verschijningsvormen van deze symboliek, en hoe

deze worden ingezet om overconsumptie aan te jagen en heteronormatieve denkbeelden te bestendigen. In een multidisciplinaire installatie zullen ze op zoek gaan naar alternatieve ritualiteit.

Dit nieuwe werk zal op 7 maart openen voor publiek als audiovisuele installatie, en zal vier weken te bezoeken zijn. Tijdens Rewire Festival (4-6 april) komt de installatie tot leven via een life-performance programma. Het werk doorreizen naar Bellevue Theater Amsterdam, waar het in december 2025 uitgevoerd zal worden als alternatief kerstfeest.

activiteit 3: *Baby Reni* (bevestigd), april - juni 2025

Irene Ha (1997), opererend onder de naam Baby Reni, is een Vietnamees-Nederlandse maker die community gedreven projecten initieert. Via mode, kaleidoscopische installaties en gecureerde snuisterijen, vertelt ze verhalen over de Zuidoost-Aziatische diaspora waar ze onderdeel van uitmaakt. Als tweede generatie immigrant van Vietnamese ouders in Nederland, voelt ze zich een inwoner van het internet, die is opgegroeid in een limbo tussen het westen en het oosten, tussen URL en IRL. Met Pikachu en Doraemon als haar rolmodellen, onderzoekt Baby Reni de strategische inzet van de esthetische categorie "cuteness": de manier waarop ze met haar niet-bedreigende uiterlijk invloed kan uitoefenen op haar omgeving.

Wat ons aanspreekt aan het werk van Baby Reni, is de manier waarop zij overal waar ze komt aan communities bouwt. Op onnavolgbare wijze initieert ze samenwerkingen met een ieder die mee wil doen. Het eclectische principe van *Mashup*, waar de hedendaagse Zuidoost-Aziatische jeugd- en popcultuur door gekenmerkt wordt, is daarmee niet alleen haar esthetisch uitgangspunt maar ook een ontwapenende methode om onverwachte ontmoetingen en samenzijn te faciliteren. Vanuit deze mindset, en de Haagse Stationsbuurt en Chinatown als haar speelveld, zal Baby Reni haar werkperiode bij Das Leben am Haverkamp invulling geven. Met deze invalshoek continueren we het programmaonderdeel *Meet the Neighbours*, waarin we een maker uitnodigen om een samenwerking aan te gaan met inwoners, ondernemers of bijzondere fenomenen in de buurt.

activiteit 4: *Luca Tichelman* (bevestigd), juli - oktober 2025

Luca Tichelman (1995) is een interdisciplinaire maker met een achtergrond in theater. Ze creëert geënceneerde settings waarin op absurdistische wijze personages een keur aan verschillende rollen spelen. Hiermee onderzoekt ze het menselijke verlangen naar een gevoel van verbondenheid en de sleutelrol die identiteit vervult in deze behoefte. Door geconstrueerde werelden te creëren waarin personages verschillende rollen spelen en gesprekken voeren met een existentiële inslag, onderzoekt ze de manieren waarop we onze identiteit vormgeven.

Als een nieuwe stap in haar praktijk wil Luca onderzoeken hoe kleding en objecten een rol spelen in het vormgeven van identiteit. In haar werkperiode zal ze haar theaterstuk *My All* verder ontwikkelen, een geplaybackte monoloog die aan de hand van objecten, die bestaat uit anekdotes en discutabele herinneringen die zich op beklemmende wijze ophopen tot een humoristisch en existentialistisch drama. Met één been in de beeldende kunst, heeft Luca al langer het idee om haar theatervoorstellingen als tentoonstelling te benaderen. Dit ruimtelijke aspect, en de niet-lineaire vertelwijze vormen een nieuw experiment. Luca zal toewerken naar een tentoonstelling met diverse korte films en zelfgemaakte objecten, schoenen en kledingstukken waarmee ze de loodzware zoektocht naar een "ik" vormgeeft.

Deze nieuwe richting in haar werk zullen we ondersteunen, door haar te koppelen aan een Haagse modemaker die haar zal helpen met het vervaardigen van kostuums. Daarnaast zullen we samen met Luca een aantal publieke workshops organiseren. In deze workshop wordt Luca's gedachtengoed vertaald naar een hands on workshop, waarin een aantal basistechnieken voor het maken van kleding en schoeisel centraal zullen staan.

activiteit 5: Open Call voor schrijvers i.s.m. Mister motley

Afgelopen jaar hebben we een pilot gehad met Mister Motley (platform voor kunstkritiek), die twee

artikelen heeft gepubliceerd in het kader van twee werkperiodes bij Das Leben am Haverkamp. Elke maker werd gekoppeld aan een schrijver, die het werkproces en de thema's waar de maker mee bezig is in een bredere maatschappelijke context plaatst. Deze inhoudelijke artikelen dragen bij aan de online verspreiding van de ideeën van de maker. We krijgen van de makers teruggekoppeld dat deze teksten voor hen een duurzame investering zijn in hun praktijk, doordat zij er nog lang, nadat de expositie is verstreken naar kunnen verwijzen en het hen ook nieuwe inzichten in hun werk verschaft.

We hebben daarom samen met Mister Motley besloten om deze samenwerking door te zetten in 2025-2026 en artikelen bij alle drie de werkperiodes te publiceren. Tevens focussen we ons op talentontwikkeling en nieuwe stemmen. Gezamenlijk zullen we een open call lanceren voor beginnende schrijvers met een specifieke interesse in mode. Het kernteam van Mistermotley zal deze schrijvers begeleiden en redactie voeren over de artikelen. Met deze artikelen willen we bijdragen aan het inhoudelijke discours rondom mode. Er zijn een aantal uitgevers zoals Warehouse.Amsterdam (NL) en Vestoj (DK) die zich specifiek met mode bezig houden, maar met name in de Nederlandse taal worden er in dit genre weinig gepubliceerd.

Filmprogramma

Deze activiteit geeft vervolg aan een eerder ontwikkeld programmaformat waarbij we de gehele glazen buitengevel van ons pand bedekken met filmprojecties. Via deze visuele, prikkelende vorm profileren we ons voor een breed lokaal publiek dat doorgaans niet zo snel in contact komt met kunst. Ook geeft dit format de mogelijkheid om een (inter)nationale opkomende groep digitale makers een podium te bieden.

activiteit 6: Filmprogramma, oktober-december 2025

We zullen makers in de disciplines van kostuum, sieraad, virtual fashion, animatie en beeldende kunst oproepen bestaande videowerken in te sturen rondom het thema *Screening: Fakeness*. Daarmee continueren we een thematische rode draad die we in elk van de geplande werkperiodes ontwaren. Vier makers zullen worden geselecteerd op basis van eerder gemaakt werk dat ze ingestuurd hebben via een open call en zullen uitgenodigd worden om hun werk te vertalen naar een drie sporen video, die zich leent voor de afmetingen van onze gevel. In november en december zullen we steeds twee weken lang het werk van één maker op de ramen projecteren, elke dag van 17:00 - 23:00 uur.

Voor het filmprogramma van 2023 met het thema *Screening: Alter Egos* hebben we voor het eerst met een Open Call geëxperimenteerd (de editie van 2024 moet nog plaatsvinden). We zijn erg enthousiast over de zeer diverse 74 inzendingen die we hebben mogen ontvangen die gezamenlijk 29 verschillende nationaliteiten vertegenwoordigen. Via een Open Call kunnen we met makers in contact komen die niet op onze radar staan en ons perspectief verbreden. Om een nieuwe groep makers te bereiken zullen we diverse communicatiepartners betrekken, zoals Current Obsession, netwerken van diverse internationale kunstacademie, Culture.fashion en talentontwikkelingsplatform Kunstpodium T. Voor het selecteren van de films stellen we een externe selectiecommissie samen, die zal bestaan uit een (film)maker, een curator en buurtbewoner.

Tijdens de Hoogtij in november zullen we de vier films achter elkaar vertonen en het atelier openstellen voor een Q&A en *meet the maker* bijeenkomst. Daarnaast zullen we meedoen aan OBSESSED! Jewellery Festival, dat eveneens in november plaatsvindt. Voor deze gelegenheid zullen we naast de films op de gevel onze projectruimte beschikbaar stellen voor een aantal lokale jonge makers die zich via de open call van OBSESSED Festival hebben gemeld, maar nog geen locatie hebben.

Pilot Zeeland

Recentelijk is Gino Anthonisse verhuisd naar Kamperland, Zeeland. Samen met kunstenaar Janne van Gilst heeft hij het familiebedrijf Catarina Maria Hof overgenomen, een boerderij met tevens een kleinschalige camping en zorgboerderij, midden in het weidse Zeeuwse landschap. Vanuit deze bijzondere plek maken zij sinds kort een cultureel programma en zetten er een *artist in residency* op in de voormalige schuur.

Afgelopen jaar organiseerde Das Leben am Haverkamp er voor het eerst een workshop voor de modestudenten van de KABK, met wie we een reeks vogelverschrikkers bouwden. In 2025 zullen we onderzoeken hoe we deze bijzondere plek verder bij ons programma kunnen betrekken. In 2026 willen we vervolgens een eerste gezamenlijke activiteit organiseren. Het feit dat deze plek over ontzettend veel buitenruimte beschikt, maakt het mogelijk om een heel ander soort maker te ontvangen. Daarnaast zijn we erg enthousiast over de mogelijkheden die de bestaande minicamping biedt voor het hosten van groepen. Deze faciliteiten maken het mogelijk om op een heel nieuwe manier vorm te geven aan onze missie.

Partners

We zijn doorlopend op zoek naar partners bij de activiteiten die we ondernemen. In 2025-2026 zullen we diverse partnerschappen continueren en uitbreiden. Ze dragen bij aan de slagkracht en zichtbaarheid van ons initiatief.

Rewire Festival is een festival voor experimentele muziek. Na drie keer te hebben deelgenomen aan Rewire Festival, heeft initiatiefnemer Bronne Keesmaat zijn intenties voor een langdurige samenwerking uitgesproken. Op deze manier krijgt de *cross-over* tussen muziek en mode een vaste plek in het festivalprogramma.

Hoogtij Den Haag is een Haagse kunstroute die vier maal per jaar plaatsvindt op vrijdagavond. We stellen dan onze ruimte open en zorgen dat onze opening altijd parallel loopt met de Hoogtij kalender. Op die manier wisselen we publiek uit met collega-instellingen.

Mister Motley is een online platform voor artikelen over hedendaagse kunst en zal in 2025 over elk van de werkperiodes een inhoudelijk artikel publiceren om mode als kunstdiscipline meer zichtbaarheid te geven.

FASHIONCLASH is een internationaal festival voor een nieuwe generatie modetalent in Maastricht. In 2024 reist er voor het eerst een van onze tentoonstellingen door naar dit festival. We zullen deze samenwerking na de editie in november evalueren en onderzoeken hoe en in welke vorm we deze samenwerking kunnen voortzetten in 2025-2026.

OBSESSED! Festival is een biënnale voor hedendaagse sieraden. Ze zullen onze communicatie partner zijn voor de open call voor het filmprogramma. Daarnaast zullen we als deelnemende locatie worden toegevoegd aan het festivalprogramma.

Museumnacht Den Haag vindt jaarlijks plaats in oktober en bereikt een breed cultuurminnend publiek. Aankomende oktober doen we voor het eerst mee. Na deze editie zullen we de samenwerking evalueren en onderzoeken hoe we deze in 2025 kunnen voortzetten.

Beoogde partners voor 2025-2026 zijn o.a. Mode Muze, platform voor mode en kostuumgeschiedenis (activiteit 2&3), The Hague Contemporary (alle activiteiten), Buurkrant Het Oude Centrum (alle activiteiten), Me-You-Us, onderzoeksproject Virtual Fashion & Sustainability (activiteit 6), WYSIWYG cinema (activiteit 6), Crafts Council (co-hosten en/of promoten workshops activiteit 4), COC Den Haag (activiteit 2), Art-S-Cool kunsteducatie voor jongeren (activiteit 3,4,5).

Communicatie en digitale strategie

Publieksbereik

Als initiatief vinden we het belangrijk dat een brede groep makers en publiek zich welkom voelt om deel te nemen aan onze activiteiten. We zijn ervan overtuigd dat ons uitgangspunt van mode, beauty en kostuum, een brede doelgroep interesseert en zien dit dan ook als een kracht. We onderscheiden verschillende doelgroepen:

- Mode, Design en Hedendaagse kunst publiek:

Een doelgroep die geïnteresseerd is in mode, design, hedendaagse kunst en interdisciplinaire praktijken. Deze groep bestaat uit vakpubliek, andere makers of kunststudenten. Dit is een sociaal geëngageerd publiek dat op zoek is naar vernieuwing en maatschappelijke reflectie. Ook rekenen we textiel, kostuum en ambacht geïnteresseerden tot dit publiek.

We bereiken hen op landelijk en internationaal niveau via onze mailinglist (848 geabonneerden), uitnodigingen (4x per jaar), website (±6000 bezoekers per jaar), sociale media (5.610 volgers) en instagram advertenties. Verder bereiken we ze door samenwerkingspartners en media partners te betrekken die een gedeeltelijk overlappend publiek hebben, waaronder Current Obsession en Fashionclash. Ook bereiken we hen via partners die onze oproepen en aankondigingen delen op bulletin boards en socials, bijvoorbeeld die van verschillende kunstacademies, Culture.Fashion, Dutch Design Daily en We Are Public.

Voor 2025-2026 stellen we onszelf tot doel om de archieffunctie van onze eigen website en sociale kanalen te optimaliseren, door te investeren in video content en het plaatsen van inhoudelijke artikelen rondom de activiteiten. In 2024 zijn we begonnen om deze artikelen te publiceren met Mister Motley als co-publisher waardoor de artikelen een groter publiek bereiken. Hierdoor verwachten we een impuls te geven aan ons online bereik. Een andere manier waarop we de werkperiode archiveren is door het bundelen van onze activiteiten in een fysieke publicatie met een verzamelformat. Deze functioneert als tentoonstellingsgids wanneer we open zijn, en telt op tot een jaaroverzicht. Aan het eind van het jaar versturen we deze naar partners en belanghebbende. Op deze manier kunnen we de lange lijnen van ons programma benadrukken en ons verder profileren.

We denken dat er veel winst te behalen valt in het bereiken van media. In 2025-2026 richten we middels persberichten en mediapartnerschap onze pijlen op lokale bladen en online magazines. Ons structurele partnerschap met Mister Motley is daar een voorbeeld van.

- Lokaal algemeen cultureel publiek

Het lokale publiek bestaat uit een algemeen publiek met interesse in cultuur. We bereiken dit publiek specifiek door deel te nemen aan o.a. Hoogtij (100-260 bezoekers per keer), Rewire (±500 bezoekers), Bermuda Open (±75 bezoekers) en Museumnacht Den Haag (eerste deelname, geen cijfers bekend). We merken dat dit publiek een terugkerend publiek is waar onder onze bekendheid groeit. In 2024 hebben we een format ontwikkeld voor fysieke uitnodigingen die we verspreiden. In 2025-2026 stellen we onszelf tot doel om in dezelfde vormgeving, posters te ontwikkelen, die we verspreiden bij culturele instellingen, broedplaatsen, scholen en bibliotheken om zo meer zichtbaarheid te geven aan ons initiatief.

- Lokale communities, buurtbewoners en voorbijgangers

Wanneer we het programma samenstellen zijn we steeds op zoek naar een breed scala aan perspectieven op mode en zoeken actief naar makers die diverse culturele perspectieven, genders, leeftijden en educatie achtergronden vertegenwoordigen. We zien dat deze diversiteit aan perspectieven een ingang biedt naar verschillende publieksgroepen voor wie het binnengaan van een kunstruimte misschien geen vanzelfsprekendheid is. Zo ging de tentoonstelling Nails (2023) over de nagelindustrie en Vietnamese migratiestromen, waarbij diverse nailartists uit de buurt de opening bijwoonden. De tentoonstelling van Jose Marie Sta Iglesia (2024) vertelde een politiek verhaal over de Filipijnen, en bereikte diverse mensen uit het Filipijnse diaspora die specifiek door het onderwerp

werden aangesproken. Per onderwerp bedenken we voor welke community de tentoonstelling interessant zou kunnen zijn en hoe we deze kunnen bereiken. Zo hebben we bijvoorbeeld uitnodigingen verspreid in nagelsalons en ambassades.

Er komen regelmatig toevallige voorbijgangers als publiek binnen. Ze hebben niet altijd affiniteit met kunst en cultuur maar hun nieuwsgierigheid wordt geprikkeld. We zijn dit steeds meer gaan stimuleren door het pand tijdens openstellingen er open en benaderbaar uit te laten zien door een bont beschilderd bord buiten te zetten in de vorm van een vinger. Daarnaast bestickeren we de gevel/ramen met een uitnodigende tekst in het Nederlands en Engels. Ons reguliere programma is altijd gratis te bezoeken. Dit neemt de financiële drempel weg voor nieuwsgierige passanten om eens binnen te komen kijken. Bij binnenkomst is er altijd een host aanwezig die de bezoeker hartelijk verwelkomt en de bezoekers iets vertelt over de tentoonstelling en oorsprong van het initiatief.

Voor onze meest recente openstelling hebben we voor het eerst geflyerd bij onze directe burens in de straat, waarbij ze een uitnodiging van de tentoonstelling ontvingen en een brief waarin we ons collectief hebben voorgesteld. Deze uitnodiging was voorzien van een voucher voor een kopje koffie of thee om kennis te maken. Dit werd positief ontvangen en willen de komende tijd experimenteren met het vergroten van het district.

- studenten, scholieren, jongeren

In 2025-2026 willen we ons met ons programma ook richten tot scholieren, studenten en jongeren. Afgelopen jaar zijn we begonnen om uitnodigingen te versturen naar lokale middelbare scholen en jongereninitiatieven en kunstacademies. We kregen veel enthousiaste reacties, maar hebben gemerkt dat de planningen lang van tevoren worden gemaakt. Daarom zullen we met diverse cultuurcoördinatoren van deze scholen om tafel gaan, om de juiste vorm te vinden om ons programma in de geplande kunst en cultuur lessen te integreren. Daarnaast zijn we in contact met Art-s-cool, een organisatie die kunstactiviteiten en excursies voor jeugd uit de schilderswijk organiseert.

Publieks toegankelijkheid

We zijn doorlopend bezig om onze publieke toegankelijkheid te verbeteren. Zo hebben we onze projectruimte rolstoeltoegankelijk gemaakt en witte contrast strepen aangebracht op de trappen voor slechtzienden. We passen 2-talige communicatie toe en wanneer de activiteit er om vraagt (bijv. om een bepaalde community aan te spreken) een derde taal. In 2025-2026 betrekken we een tekst editor voor de communicatie teksten, die de toegankelijkheid van de teksten zal waarborgen.

Een andere manier waarop we onze toegankelijkheid hebben vergroot is door het lanceren van een nieuwe website. De website onderscheidt nu duidelijk de twee takken van Das Leben am Haverkamp: de programmering in de projectruimte (stichting) en het portfolio van het collectief. Daardoor zijn de agenda, openingstijden en evenementen beter te vinden. Momenteel werken we aan het vertalen van de archieven en een tweetalige versie van de website zal eind 2024 online gaan. Hiermee hopen we digitale drempels weg te nemen, en toegankelijk te zijn voor mensen die de Engelse taal niet beheersen.

Bedrijfsvoering

Algemeen

De bedrijfsvoering van Stichting Das Leben am Haverkamp is gestoeld op de waarden van het makerscollectief waaruit zij voortkomt, zoals duurzame samenwerking, genereuze uitwisseling en menselijke ontmoeting. Deze waarden liggen ten grondslag aan onze bedrijfsvoering en de manier waarop wij ruimte creëren voor makers, opdrachten verstrekken, publiek benaderen en samenwerken met partners.

We zijn een kleinschalige en jonge organisatie die, met name op het gebied van zakelijk beleid, volop

in ontwikkeling is. Omdat ons initiatief en programma op organische wijze is geformeerd, hebben de afgelopen jaren in het teken gestaan van het formaliseren van onze onderlinge rollen en werkwijzen. Twee-jarige financiering vanuit het 2-jarige activiteitenprogramma van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie in combinatie met 2-jarige subsidie vanuit het kunstenplan van gemeente Den Haag voor de periode 2025-2026 zou ons een stabiele uitgangspositie geven van waaruit we ons kunnen doorontwikkelen.

De periode 2025-2026 zetten we nadrukkelijk in op duurzame ontwikkeling. Dit wil zeggen dat het aantal jaarlijkse hoofdactiviteiten de komende twee jaar gelijk zal blijven. De groei die we voor ogen hebben richt zich namelijk op het ontwikkelen van lange termijn strategieën, professionaliseren van onze organisatie structuur en creëren van meer draagvlak en zichtbaarheid van de activiteiten die we

jaarlijks programmeren. We ambiëren hiermee onze organisatie te bestendigen voor de toekomst en met ons unieke platform een vaste waarde te worden in het nationale en lokale culturele veld.

Een vliegwiel in deze ontwikkeling is onze deelname aan het mentoringprogramma voor zakelijk leiders dat Dewi en Anouk volgen bij Cultuur+Ondernemen. In dit programma worden we gecoacht door Valentijn Byvanck die directeur is van Marres, huis voor hedendaagse cultuur in Maastricht. De ontwikkeling die we beogen richt zich op de vraag hoe je als zakelijk leider vormgeeft aan een helder beleid, stabiele kaders en organisatiestructuur, waarbinnen ruimte blijft bestaan voor spontaniteit en experiment.

Met het oog op de periode 2025-2026 hebben we ons de volgende doelen gesteld:

- stroomlijnen rollen en formaliseren organisatiestructuur
- governance en fair practice verbeteren
- verbeteren financieringsmix en werven van meerjarige financiering

Organisatie en Governance

Das Leben am Haverkamp is een kleine organisatie waarbij ons kernteam bestaat uit de oprichters Dewi Bekker, Anouk van Klaveren, Christa van der Meer en Gino Anthonisse, en vormen samen de directie. Wanneer we het programma maken en makers begeleiden, putten we uit een rijke ervaring die we als makers de afgelopen tien jaar hebben opgedaan met het exposeren van ons eigen werk in diverse musea en festivals. We zitten dicht op de ontwikkelingen die een nieuwe generatie kunstenaars en ontwerpers bezighoudt, doordat wij als (gast)docent werkzaam zijn op verschillende kunstacademies en modeopleidingen, zoals KABK (Gino 2015-2021), Gerrit Rietveld Academie (Dewi en Anouk 2022), Design Academie (Gino, 2022), Artez en Willem de Kooning Academie (Anouk, 2022-heden en Christa, 2016-heden). Daarnaast vervullen we adviesfuncties in commissies bij het AFK (Dewi + Anouk - project subsidies visuele kunst), het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (Anouk - commissie vormgeving) en Stroom Den Haag (Dewi - commissie PRO subsidies).

In het begeleiden van de makers vullen we elkaar aan doordat we verschillende expertises hebben op ambachtelijk vlak. Hierdoor hebben we diverse vaardigheden in huis, zoals edelsmeden (Anouk), mallen maken en gieten (Dewi), keramiek (Gino), leerbewerken (Christa en Anouk), houtbewerken en constructie (Gino), patroonconstructie en tailoring (allen), Clo3d (Christa).

Binnen de organisatie van de activiteiten heeft ieder van ons een eigen rol. De artistieke koers en programmering wordt gezamenlijk ontwikkeld. Anouk en Dewi nemen de zakelijke leiding op zich, waaronder o.a. de vertaling van artistieke koers naar beleid, budgetbeheer, fondsenwerving en relatiebeheer vallen. Christa en Gino ontwikkelen de communicatie strategieën en voeren deze uit. Ze beheren alle online kanalen en coördineren de Open Call. Gezien het kleine formaat van onze organisatie bekleden we allemaal diverse functies op zowel beleidsmatig als uitvoerend niveau.

Sinds 2025 heeft Stichting Das Leben am Haverkamp een Raad van Toezicht model. De Raad van Toezicht bestaat uit:

- Claudia Linders (voorzitter).
- Sarah van Overeem.
- Andrea Kristić.
- Sjoerd ter Borg.

De raad van toezicht vergadert vier maal per jaar met de taak om het functioneren van de directie te controleren. De raad functioneert eveneens als klankbord. Gezamenlijk met hen werken we aan transparantie, het formaliseren van beleid, goed werkgeverschap en onze financieringsmix. Vanuit deze solide basis kunnen we ons initiatief toekomstbestendig maken.

De directie bespreekt periodiek met de directie de gang van zaken binnen de stichting. Tenminste éénmaal per jaar overlegt en besluit de directie over de strategie, het algemene beleid en de financiële stand van zaken. Hiertoe behoren de begroting, de jaarrekening en de binnen de stichting gehanteerde systemen van administratieve organisatie en interne controle.

De directie onderhoudt een open verhouding met de RvT, eventuele werknemers, opdrachtnemers en vrijwilligers. Als medewerkers, opdrachtnemers of vrijwilligers onregelmatigheden te melden hebben die de directie zelf betreffen, dan doen zij dat aan de voorzitter van de RvT.

In het jaarverslag van de stichting worden in elk geval opgenomen: de relevante – voormalige – (neven)functies van de leden van de RvT en de directie. Het jaarverslag geeft een getrouw beeld van de organisatie van de stichting op de balansdatum, van de ontwikkelingen gedurende het boekjaar en van de inhoudelijke en financiële resultaten van de stichting. In het jaarverslag wordt tevens door de directie gerapporteerd in hoeverre de stichting voldoet aan de principes van goed bestuur en toezicht in de cultuursector, zoals vastgelegd in de Governance Code Cultuur. Voor zover dit niet het geval is, wordt dit beargumenteerd toegelicht. Verder wordt melding gemaakt van eventuele wijzigingen op het gebied van de Governance Code Cultuur, inclusief het bestuursmodel.

De directie overlegt tenminste éénmaal per jaar met een externe accountant. Er wordt in ieder geval gesproken over de jaarrekening en over het risicobeheersing- en controlesysteem. De directie ontvangt een afschrift van alle rapportages van de externe boekhouder aan de directie.

De directie draagt er zorg voor dat werknemers zonder gevaar voor hun rechtspositie melding kunnen doen van (vermeende) onregelmatigheden van algemene, operationele en financiële aard.

De directie heeft de goedkeuring nodig van de RvT voor het nemen van besluiten op het gebied van de volgende onderwerpen:

- a) onderwerpen, ten aanzien waarvan in de statuten is bepaald dat de directie voor besluitvorming goedkeuring van de RvT heeft;
- b) de strategie en financiering van de organisatie, inclusief de plannen voor fondsenwerving;
- c) de voorzieningen voor het beheersen van en het functioneren van de organisatie door middel van een adequaat risico- en controlesysteem;
- d) een jaarplan en de daarbij behorende begroting;
- e) het jaarverslag en de jaarrekening;
- f) alle rechtshandelingen, zoals, maar niet beperkt tot het aangaan van leningen, het stellen van zekerheden en/of de aan- of verkoop van registergoederen, welke rechtshandelingen een bedrag van €25.000 te boven gaan als het gaat om tentoonstellingen en welke een bedrag van €10.000,- te boven gaan als het gaat om andere incidentele uitgaven;
- g) het aanvaarden van nevenfuncties door de directie;
- h) alle overige besluiten over het aangaan van transacties of relaties waarbij tegenstrijdige belangen kunnen spelen;
- i) het kiezen van een huisbankier of registeraccountant of het aangaan van een overeenkomst met een externe deskundige, onderneming of instantie, voor zover de opdracht per project of per jaar een bedrag van €10.000,- overschrijdt, behoudens in het geval deze opdracht reeds is voorzien in de jaarbegroting.

Fair Practice Code

We dragen graag op een duurzame manier bij aan het creëren van werkterrein voor makers. In het geven van opdrachten aan makers streven we bovendien naar transparantie en helderheid. We bereiken dit door ruim voor aanvang van de werkperiode de afspraken over de werkzaamheden, budgetten, rechten en plichten in een overeenkomst vast te leggen. Deze overeenkomst is gebaseerd op de modelovereenkomst van het Mondriaan Fonds, en daarmee ook de belangen van de maker behartigt.

Op het gebied van personeel en partners nemen we onze verantwoordelijkheid om daar waar besluiten genomen worden actief op zoek te gaan naar diverse stemmen aan de tafel. We hebben daarbij oog voor representatie van verschillende leeftijden, genders en culturele achtergronden. We zien inclusiviteit ook als ruimte scheppen voor minder gerepresenteerde stemmen in het culturele veld, bijvoorbeeld die van autodidacten, minderheidsgroepen of vrouwen wier culturele carrière een tijdje stil heeft gelegen door het moederschap. Deze visie passen we daar waar we de kans krijgen toe, bijvoorbeeld bij de selectie van de makers, samenstelling van de raad van advies, de raad van toezicht of externe selectiecommissies. Zo bestaat onze selectiecommissie die makers selecteert uit

onze Open Call bijvoorbeeld uit twee kunstprofessionals en één buurtbewoner die vanuit een heel andere invalshoek de inzendingen bekijkt. In 2023 betrokken we hiervoor Smaiberry Payero, de eigenaar van de barbershop (en hang-out) aan de overkant van de straat. Middels zijn vak als afrokapper had hij een geheel eigen visie op het toenmalige thema *Screening: Alter Egos*. Zijn deelname aan de selectiecommissie zorgde voor verrassende en soms ook doorslaggevende inzichten voor op het gebied van toegankelijkheid in relatie tot religie. Omdat het een screening betrof in de publieke ruimte, is de stem van een niet-kunstacademie geschoold publiek extra belangrijk.

Om ons perspectief bij het programmeren te verbreden willen we in 2025 twee externe scouts aanstellen die zich in complementaire netwerken bewegen. We beogen op die manier in 2026 onverwachte makers te kunnen programmeren. Verder zullen we onze Raad van Advies omzetten in een programmaraad.

Andere manieren waarop we invulling geven aan de Fair Practice Code, is door ons collegiaal op te stellen in het delen van informatie, netwerken en voorzieningen met andere instellingen en makers. Zo helpen we regelmatig net geformeerde collectieven en initiatieven op weg, door het delen van ervaring, beleidsplannen en begrotingen.

Beloningsbeleid

De directie voert haar werkzaamheden uit volgens een door de Raad van Toezicht opgestelde opdrachtovereenkomst. Binnen de organisatie hanteren we tarieven volgens de Richtlijn functie- en loongebouw presentatie-instellingen voor beeldende kunst, opgesteld in opdracht van De Zaak Nu in 2025.

De Raad van Toezicht voert haar werkzaamheden onbezoldigd uit. De leden ontvangen vacatiegeld van €137,50 per bijgewoonde vergadering, en compensatie van door hen gemaakte reiskosten.

Voor de *fees* voor kunstenaars hanteren we al vanaf onze start de richtlijn kunstenaarshonorarium als minimum. Ook een redelijk productiebudget dat in verhouding staat tot de omvang van het project is naar ons idee van vitaal belang voor een gezonde sector. Omdat we zelf makers zijn, weten we waar de pijnpunten zitten op het gebied van Fair Pay. In onze rol als programmamaker voelen we ons daarom zeer verantwoordelijk om voor artistieke arbeid een passende vergoeding te betalen. Juist

wanneer het startende makers en experiment betreft vinden we een passende fee van belang, omdat het opbouwen van een kunstenaarscarrière anders alleen weggelegd is voor diegene die het privilege hebben om de benodigde onbetaalde tijdsinvestering te kunnen maken. Deze eerlijke betaling passen we evengoed toe op andere opdrachten die wij verstrekken, zoals aan fotografen, grafisch vormgevers, schrijvers en hosts. Ook verplichten wij de makers via een overeenkomst dat zij, wanneer zij derden inhuren met hun productiebudget, dat zij deze een marktconforme vergoeding betalen en de tarieven en gemaakte uren op hun facturen specificeren. Op deze manier willen we ons steentje bijdragen aan een gezonde financiële positie voor makers. Om dezelfde reden werken we niet met onbetaalde vrijwilligers of stagiairs.

Werving Inkomsten

Stichting Das Leben am Haverkamp werft haar inkomsten op verschillende manieren. In de periode 2025-2026 zijn de belangrijkste inkomstenbronnen de Meerjarige Subsidie vanuit het Kunstenplan Den Haag voor 2025-2026 en de tweejarige Activiteitsubsidie 2025-2026 vanuit het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Dit wordt verder aangevuld door eigen inkomsten en projectsubsidies van publieke en private fondsen o.a. van Stroom Den Haag en het VSB Fonds.

Daarnaast vinden we het belangrijk om niet uitsluitend afhankelijk te zijn van subsidie-inkomsten en daarom zetten we ons in om eigen inkomsten te werven. We genereren deze inkomsten o.a. via donaties, het geven van workshops en verhuur van onze werkplaats en ruimte. Omdat we het belangrijk vinden dat we als jong initiatief toegankelijk zijn voor een breed publiek, en ook bezig zijn om onze bezoekersaantallen te vergroten, vinden we het niet wenselijk om een financiële drempel op te werpen. Daarentegen willen we het voor bezoekers wel mogelijk maken om vanaf 2025 een vrijwillige donatie te doen door daar bij de entree van de ruimte en via onze website mogelijkheid voor te scheppen. Daarnaast ontvangen we steeds vaker de vraag van makers of onze werkplaats te huur is. Het komende jaar willen we het incidentele karakter in een heldere vorm gieten, zodat we hier ook mee kunnen adverteren. Dit zou een manier kunnen zijn om op het moment dat er geen werkperiode aan de gang is, buiten het activiteitenprogramma om inkomsten te genereren. Dit draagt ook bij aan de doelstellingen van de stichting; het makersklimaat verstevigen.

Naast deze directe inkomsten zijn er partners die in de vorm van productieondersteuning en communicatie bijdragen aan ons programma zoals Rewire Festival, Current Obsession en Mister Motley.

Eigen Inkomsten

Onze eigen inkomsten werven we op de volgende wijze:

verhuur van de projectruimte - als onze programmering het toelaat kan onze projectruimte verhuurd worden voor kleinschalige activiteiten.

verhuur werkruimte/werkplaats - deze kunnen gehuurd worden voor de uitvoering van projecten, tevens kunnen er instructies gegeven worden over het gebruik van de apparatuur en advies over het uit te voeren project.

donaties in de ruimte - kleine donaties voor het bezoek of deelname aan een activiteit

donaties via de website - geïnteresseerden kunnen ons ondersteunen door via de website een donatie te doen.

verkoop - publicaties van makers waar we het werk van getoond hebben worden verkocht via onze bookshelf. We ontvangen hier een kleine commissie over van 35%.

Financiële risico's

Aangezien deze 2-jarige subsidies een groot gedeelte van het jaarbudget beslaan, zijn we ons bewust van het risico dat we lopen. Mocht dit onverhoopt niet toegekend worden, zullen we overgaan op het fondsenwerven van projectsubsidies bij zowel rijkscultuurfondsen, gemeentelijke fondsen als particuliere fondsen. De resultaten van de afgelopen jaren laten hier veel draagvlak voor zien.

We beperken de risico's verder door onze structurele kosten zo laag mogelijk te houden en de activiteiten die we plannen schaalbaar te maken. Bijvoorbeeld door randprogramma's alleen bij toekenning van financiële middelen doorgang te geven, of in het uiterste geval in plaats van nieuw werk van makers besluiten om aangepast werk te programmeren. Op die manier kunnen we kosten drukken en continuïteit van openstelling richting het publiek waarborgen.

Een ander risico is het ontbreken van financiële reserves dat we gezien het korte bestaan van onze stichting nog niet hebben kunnen opbouwen. Deze zullen we in de periode 2025-2026 gestaag opbouwen door voorzichtig te begroten en extra gelden te werven. Dit eigen vermogen dat we beogen op te bouwen zal in eerste instantie bestemd worden om onverwachte financiële tegenvallers op te kunnen vangen en zo continuïteit in ons programma te kunnen waarborgen. In een volgende beleidsperiode zullen we toewerken naar reserves die bestemd zullen worden voor kleinschalig binnenshuis onderhoud aan de ruimte.

Op het gebied van calamiteiten dekken we ons in via een inventarisverzekering, bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering en bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering. Tot slot sluiten we een tijdelijke verzekering af als er kostbare kunstwerken in onze ruimte aanwezig zijn.

Besteding vermogen en fondsen

Het vermogen en de fondsen van Stichting Das Leben am Haverkamp worden volledig gebruikt voor het realiseren van de activiteiten zoals omschreven in het beleidsplan. De Stichting is een non-profitorganisatie. De jaarbegroting voor deze besteding wordt elk jaar, voorafgaande aan het kalenderjaar, vastgesteld door de Raad van Toezicht. Met de besteding streven we naar het doel en de missie van Das Leben am Haverkamp te verwezenlijken.

Beheer vermogen

Het bestuur beheert het vermogen en zorgt ervoor dat de middelen besteed worden in lijn met de doelstelling van Stichting Das Leben am Haverkamp. De Raad van Toezicht controleert elk kwartaal de bijgewerkte exploitatiebegroting en of de middelen besteed worden in lijn met de doelstelling. Tevens heeft het uitvoerende bestuur de goedkeuring nodig van de Raad van Toezicht voor de financiële strategie en het bestemmen van reserves.

Momenteel heeft de stichting geen reserves en werkt daarom toe naar de opbouw van een gezond eigen vermogen. Dit eigen vermogen dat we beogen op te bouwen (15% van de jaarbegroting) zal in eerste instantie bestemd worden om onverwachte financiële tegenvallers op te kunnen vangen en zo continuïteit in ons programma te kunnen waarborgen. Daarnaast is een kleine buffer ook wenselijk i.v.m liquiditeit. In een volgende beleidsperiode zullen we toewerken naar reserves die bestemd zullen worden voor kleinschalig binnenshuis onderhoud aan de ruimte.