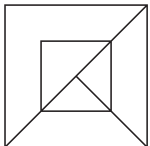




KAZERNE 2020

INTERNATIONAAL
PODIUM VOOR DESIGN



PROJECTPLAN KAZERNE 2020

INTERNATIONAAL PODIUM VOOR DESIGN

INLEIDING

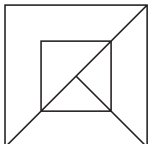
Ontwerpers verbeelden nieuwe wijzen van (samen)leven. Hun concepten, experimenten en producten geven concreet vertaling aan actuele maatschappelijke ambities, introduceren technologieën in onze belevingswereld en dragen bij aan de kwaliteit van het private en het openbare domein. Door de bijzondere combinatie van faciliteiten in onderwijs, onderzoek en bedrijfsleven is Designdistrict Brabant een uitzonderlijke, en internationaal gewaardeerde broedplaats voor designtalent. Dat talent verdient een podium van internationaal niveau; een levende omgeving waarin zoveel mogelijk mensen de vele betekenissen van design kunnen ontdekken.

*Ontdek de betekenis van design voor de wereld van morgen,
gezien door de ogen van toonaangevende designers.*

Vanuit die visie creëert de Kazerne in het hart van designstad Eindhoven een levendige, gastvrije en inspirerende hospitality-omgeving waarin zoveel mogelijk mensen – van ingewijden en liefhebbers tot toevallige voorbijgangers – op ontspannen wijze kunnen ervaren hoe designthinking waarde toevoegt aan de wereld waarin wij leven. Elke dag opnieuw kan de bezoeker hier deelgenoot worden van de dromen en de beloften die ontwerpers ons voortoveren. Desgewenst zelfs 24/7. Aan ontwerpers biedt de Kazerne een museale springplank, een gastvrij en geëngageerd podium dat met exposities, verbindende en verdiepende activiteiten de tijdgeest wil doorgronden. Als ontmoetingsplaats voor designprofessionals, hun stakeholders en publiek verbindt het designpodium uiteenlopende leefwerelden en cross-sectorale netwerken, stimuleert het de ontdekking en daagt het uit tot verdieping. Zo fungeert de Kazerne als een essentiële verbindende schakel in de rijke Eindhovense infrastructuur voor design, techniek en kennis, die tot ver buiten de regio zijn weerklink vindt.

*Ontmoet een wereld van design, nieuwe kansen en perspectieven,
in een gastvrije, inspirerende omgeving.*

De kwaliteit van de Kazerne ligt in de expliciete keus om aan toonaangevende ontwerpers – en hun perspectief op actuele thema's – een museum podium te bieden, in een even levendige en gastvrije hospitality-omgeving. Na 7 succesvolle pop-up pilots zijn we sinds eind 2014 dagelijks open voor publiek. De Kazerne is een parel vol potentie en klaar voor de volgende stap. Het project Kazerne 2020 beoogt een gevoelige schaa sprong te bewerkstelligen: de Kazerne wil tussen nu en 2020 een sterke (inter)nationale positie in het culturele veld verwerven, en dan met name binnen de infrastructuur voor hedendaags en actueel design. Via een mix van investeringen wil Kazerne Foundation, die verantwoordelijk is voor dit project, meer internationaal toptalent en publiek binden, de organisatie versterken en een meer duurzame financiële basis ontwikkelen. De inhoudelijke schaa sprong ondersteunt de realisatie van Fase 2 van de herbestemming van het erfgoed – de stenen. Dit projectplan omschrijft de projecten die Kazerne Foundation de komende drie jaar realiseert om van een feitelijke naar een wenselijke situatie te groeien. Het project Kazerne 2020 is vertaald in een gedetailleerde begroting (zie bijlage Begroting). Omdat de Kazerne betrekkelijk nieuw en wellicht nog niet bij iedereen bekend is, belichten we in deel I eerst wie we zijn en, belangrijker nog, wat we doen, voordat we in deel II ingaan op het daadwerkelijke project; op onze ambities, de groeistrategie en bijbehorende investeringen. In deel III voorspellen we de oogst.



INHOUDSOPGAVE

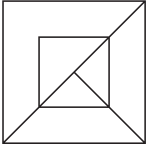
DEEL I KAZERNE: PODIUM VOOR DESIGN	1
Exposeren, verbinden, verdiepen op een ondernemend fundament	1
Artistieke visie	5
DEEL II KAZERNE 2020: HET PROJECT	9
Ambitie	9
Groeistrategie	10
1. de wereldtop binden en activeren	11
2. duurzamere financiële basis ontwikkelen	17
3. organisatorisch opschalen	20
DEEL III KAZERNE 2020: DE OOGST	22

BIJLAGEN

1. Marketingstrategie	4. Organisatie
1a. Stakeholdersanalyse	4a. Netwerk
1b. Jaarverslag 2015	5. Publicaties
2. Begroting	6. Lab
2a. Toelichting begroting	7. Erfgoed
3. Risicoanalyse	







DEEL I

KAZERNE: PODIUM VOOR DESIGN

In dit deel I schetsen we de abstracte contouren van Kazerne; internationaal podium voor de creatieve industrie in designstad Eindhoven. De Kazerne is sinds eind 2014 dagelijks op een vaste locatie open voor publiek, na 7 succesvolle Eat Drink Design pop-ups; pilots tijdens de Dutch Design Week (DDW) sinds 2006.

EXPOSEREN, VERBINDEN, VERDIEPEN OP EEN ONDERNEMEND FUNDAMENT

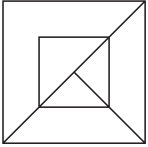
Design is een fascinerend instrument om vorm te geven aan de wereld waarin wij (samen)leven. De wereld van vandaag en morgen, dichtbij en ver weg, in huis en in de maatschappij. Design is van nature optimistisch, toekomstgericht en op samenwerking gebaseerd. In hun werk kunnen ontwerpers dienstbaar zijn aan de technische mogelijkheden of wensen vanuit de markt, maar de ontwerpprojecten die de Kazerne bij voorkeur een podium biedt zijn vaak juist speculatief. Dit type design signaleert actuele maatschappelijk vraagstukken en reflecteert daarop in de vorm van tastbare propositities; in experimenten, concepten en concrete producten. Denk aan de *Precious plastic Machine* van Dave Hakkens (wereldwijd goedkoop DIY te bouwen recycling machine) naast de *May I have your attention please* installatie van Maarten Baas (fake news). Door hier zichtbaarheid aan te geven, wordt vanuit de verbeeldingskracht van ontwerpers een gesprek mogelijk over abstracte begrippen als duurzaamheid, de circulaire economie en de zorgzame samenleving, de waarde van esthetiek; over de keuzes die wij als samenleving moeten maken. Eigenhandig kunnen designers zeker niet alle wereldproblemen oplossen. Maar vanuit hun verbeeldingskracht en vernieuwingsdrang kunnen designers wel helpen door nieuwe richtingen, perspectieven en kansen te onderzoeken. Kazerne Foundation jaagt het gesprek over die betekenis van design aan, omdat wij het van belang vinden dat iedereen zich van de kracht van designthinking bewust is. Want wie zich bewust wordt van creativiteit als motor voor maatschappelijke innovatie, kan daardoor geïnspireerd raken en dit bewustzijn ook toepassen in het eigen dagelijkse handelen. En dan kunnen we samen vormgeven aan een meer leefbare wereld van morgen. Daarom vatten we onze visie als volgt samen:

1 | 22

Visie: design is een fascinerend instrument om vorm te geven aan de wereld waarin wij leven, de wereld van vandaag en morgen. Daarom is het belangrijk dat iedereen de grote betekenis van design begrijpt.

Afgezien van deze universele betekenis, heeft de ontwerpsector ook een belangrijke lokale presentie. Design was en is van bijzondere betekenis voor de ontwikkeling van de stad Eindhoven, de Brainport regio en de provincie Noord-Brabant. Aanvankelijk met Philips als grote aanjager manifesteert de regio zich – met Design Academy Eindhoven, de TU/e, DDW, talrijke bureaus zoals Van Berlo en Studio Boot en vele individuele designers zoals Maarten Baas, Jelle Mastenbroek, Jella van Eck en Kranen/Gille – als een uiterst gevarieerde en daarom vruchtbare biotoop voor toptalent.





Maar hoewel topdesigntalenten letterlijk overal om ons heen aan het werk zijn, spelen veel van hun activiteiten zich af in meer of minder besloten locaties zoals een academie, een studio, een onderzoeksinstituut of een bedrijf. De directe omgeving heeft meestal weinig weet van hun successen. Wij vinden het belangrijk om naast de brede betekenis van design ook de activiteiten van regionale ontwerpers voor publiek zichtbaar te maken. Vol trots bieden wij toonaangevende collega's een internationaal podium. Startend naast gevestigd en regionaal naast internationaal, om optimaal gebruik te maken van elkaars expertise en netwerken.

Kazerne is een parel vol potentie en klaar voor de volgende stap. Het cultureel/maatschappelijke concept is gevestigd in 2.500m² erfgoed; in een voormalige marechausseekazerne en naastgelegen industriële loods in het hart van design- en technologiestad Eindhoven. Hoewel we hier aanbod op internationaal niveau realiseren, doen we dat niet vanuit een museale afstand. De Kazerne biedt een levendige hospitality-omgeving, waar je tot laat in de avond te midden van de geëxposeerde werken kunt eten, drinken, recreëren, (net)werken en straks ook slapen. In de expositieruimte treft de bezoeker sinds Fase 1 van de herbestemming van het erfgoed gereed is een restaurant, een bar en twee multifunctionele ruimtes, waarvan er een ook als theater en symposiumruimte wordt gebruikt, plus een shop waar designproducten ook direct te koop zijn. In september 2018 openen we Fase 2. Dan komen er nog eens acht guesthouses bij (waar je slaapt in de expositie), twee extra multifunctionele ruimtes, een high-end restaurant (aantrekkelijk voor opdrachtgevers en collectioneurs) plus een moderne sociëteit (een 24/7 huiskamer voor de design community en hotelgasten). Pas dan komt het totaalconcept van de Kazerne tot wasdom. Met het project Kazerne 2020 ondersteunt Kazerne Foundation de schaalvergroting van de vierkante meters inhoudelijk.

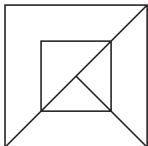
2 | 22

De ruwe ruimtes van het erfgoed en de hospitality-omgeving van de Kazerne verrijken de beleving van het inhoudelijke programma en bieden tegelijk letterlijk ontmoetingsruimte. Designers, technici, kenniswerkers en opdrachtgevers kunnen elkaar hier gepland en onverwacht treffen, zodat uiteenlopende leefwerelden en netwerken elkaar kunnen inspireren, prikkelen en uitdagen bij het denken over de maatschappelijk vraagstukken van vandaag en morgen. Tonen, ondervragen, bediscussiëren, bemiddelen, coachen, ontwikkelen en promoten: al deze aspecten behoren tot het dagelijks programma. Bovendien is vanwege de sfeervolle horeca de drempel laag, ook voor een breed publiek van niet-ingewijden. Zij stappen hier sneller binnen dan in een regulier museum en maken haast en-pas-sant kennis met een wereld vol schoonheid en innovatiekracht. De kazerne is van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat en zelfs 's nachts toegankelijk; niet alleen tijdens DDW, wanneer Eindhoven zich even opent, maar het hele jaar door kunnen de uiteenlopende gebruikersgroepen zich in de Kazerne welkom en thuis voelen. Die innovatieve formule krijgt inmiddels ook internationale waardering¹. De levende omgeving vormt dan ook een belangrijk deel van onze missie.

Missie: de Kazerne creëert een levendige, gastvrije en inspirerende hospitality-omgeving, waarin zoveel mogelijk mensen op ontspannen wijze kunnen ervaren hoe design waarde toevoegt aan de wereld waarin wij leven.



¹ London Evening Standard: "They have created a unique offering which champions culture in an innovative and enticing way". Startup Delta: "A world-class creative cluster of the stature of Kazerne comes at just the right time. (...) I wish we had such a magical space in downtown San Francisco."

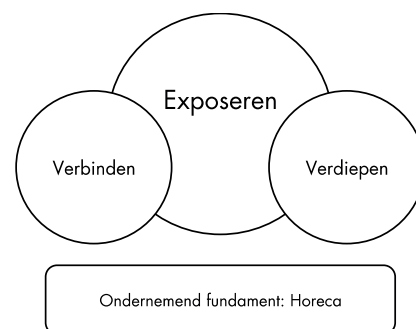


SAMENGEVAT

- Maken we de betekenis van design(thinking) zichtbaar en beleefbaar voor een groot en gevarieerd publiek;
- Plaatsen we startend naast gevestigd en regionaal naast internationaal topdesigntalent in de etalage;
- Versterken we het Brabantse ecosysteem voor design en visuele cultuur;
- Bieden we een open, levende en gastvrije omgeving voor de ontwerpgemeenschap;
- Initiëren en faciliteren we het debat en kennisdeling over design;
- Initiëren en faciliteren we ontmoeting en verbinding tussen ontwerpers en andere maatschappelijke partijen (bedrijfsleven, overheid, techniek, onderwijs, kunst);
- Zorgen we 365/24/7 voor een warm thuis voor professionals, hun stakeholders en publiek.

De opgaven die wij ons stellen vertalen we in drie soorten activiteiten, inclusief de communicatie daarover:

1. Exposities met actueel en recent werk van wereldklasse designtalent, zowel startend als gevestigd, vaak via studie en/of werk verbonden met de regio;
2. Verbindende activiteiten waarin we verschillende netwerken bij elkaar brengen; talenten begeleiden en lanceren; cross-sectorale labprojecten initiëren en faciliteren;
3. Verdiepende activiteiten rond de exposities en algemene thema's in design; debat en kennisdeling.



3 | 22

Alle activiteiten vinden plaats op een ondernemend fundament van een sfeervolle horecavoorziening. Met de (zelfstandige) horeca-opbrengsten wordt het inhoudelijke programma voor een belangrijk deel financieel mogelijk gemaakt en wordt voor bezoekers ook een extra laag toegevoegd aan de beleving van dat programma. Zoals hiervoor al toegelicht ziet en beleeft het publiek het werk van designers in een compleet andere context dan bijvoorbeeld in een museum, in een galerie of tijdens een beurs. Bovendien zorgt de hospitality voor constante reuring en nieuwe publieksstromen, die de geldigheid van het podium onderstrepen. Het is belangrijk te benadrukken dat de Kazerne geen commercieel horecaconcept-plus is, zie de bijlage Organisatie. De Kazerne is een culturele, op design georiënteerde organisatie, primair opgezet vanuit maatschappelijke betrokkenheid.

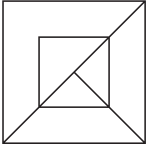
De herbestemming van het monumentale erfgoed werkt. Hoewel pas voor de helft in gebruik, behoort de Kazerne tot de grootste design-exposerende platforms in Nederland. Gedurende het eerste jaar waren er meer dan 100.000 bezoekers. Sinds de opening zijn er vijf grote tentoonstellingen en vele verbindende en verdiepende activiteiten georganiseerd. Zo stelde Lidewij Edelkoort de succesvolle expositie 'Open Ended' samen. Er waren vele rondleidingen en samenwerkingen, onder meer met Philips, Design Academy Eindhoven, VPRO medialab, Museum Boijmans van Beuningen, VSBfonds, Renault en tal van startende en gevestigde designers en kunstenaars, zoals Maarten Baas, Studio Drift, Lilian van Daal, Kranen/Gille. Startende designers kregen een springplank geboden naar internationale designgalerieën en musea zoals het Stedelijk Museum Amsterdam en het vernieuwde Design Museum in Londen. Als internationale verleider behoort de Kazerne nu al tot de iconen van Brabant. We zijn opgemerkt door internationale, landelijke en regionale media (waaronder de New York Times en de London Evening Standard), waren hot-spot tijdens DDW, locatie voor de kick-off van de Accenture Innovation Awards, winnaar van de Entree Hospitality Awards in de categorie 'meest trendbepalend concept', etcetera. Zie ook de bijlagen Netwerk en Publicaties.



4122

Initiatiefnemers Annemoon Geurts en Koen Rijnbeek: 'Onder invloed van globalisering en digitalisering transformeert de wereld razendsnel. Gevestigde principes staan onder druk en beproefde structuren zijn toe aan vervanging. De dynamische tijd waarin wij leven, voedt angsten maar biedt ook nieuwe kansen. De angst openbaart zich veelal in een nostalgische hang naar oude waarden en concepten die de polarisatie in verschillende westerse samenlevingen opjaagt. Designers – van nature optimisten – vertegenwoordigen juist het zoeken naar nieuwe wegen en oplossingen, naar de creatie van nieuwe betekenissen. Niet toevallig groeit daarom de laatste jaren het belang van de creatieve industrie, ook in domeinen die voorheen louter het speelveld waren van bestuurders, het maatschappelijk middenveld, de wetenschap of het bedrijfsleven. Het zijn nu vaak (jonge) creatieven die nieuwe wegen verkennen en context geven aan de waan van de dag. (Social) designers experimenteren bijvoorbeeld met concepten die maatschappelijke innovatie ondersteunen. De creatieve industrie blijkt bij uitstek in staat om op de tijdgeest te reflecteren, oude principes los te laten en te helpen bij het opnieuw vormgeven van producten en processen die nieuwe kansen benutten. Vanuit het hart en het hoofd.

De toegevoegde waarde van de creatieve industrie bij het nadenken over en vormgeven van onze toekomstige samenleving wordt inmiddels breed onderkend. Toch ziet of merkt nog lang niet iedereen de impact. Daarom blijft het van belang om creatief talent te ondersteunen en het publiek met hun werk te confronteren. Het blijft noodzakelijk om de kracht van creativiteit te positioneren als een schakel tussen uiteenlopende leefwerelden, om kennis te delen en zo mogelijk gezamenlijk beelden van onze toekomst te vormen.'



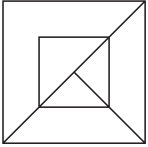
ARTISTIEKE VISIE

De kwaliteit van de Kazerne ligt in de expliciete keus om toonaangevende ontwerpers – en hun perspectief op actuele thema's – een museaal podium te bieden in een even levendige als gastvrije hospitality-omgeving. Die thema's kunnen sterk maatschappelijk gericht zijn, maar bijvoorbeeld ook verbonden met onze beleving van schoonheid of de noodzaak om alternatieve productiemodellen te ontwikkelen. Design wordt nog maar kort, pas sinds midden van de jaren 80, als cultureel fenomeen erkend. Alhoewel je zou kunnen zeggen dat het tijdelijk de rol van de beeldende kunst overnam, was er vanuit de culturele elite altijd een zeker afstandelijkheid, die de laatste jaren alleen maar groter lijkt te worden. Wij zijn van mening dat design vaak ten onrechte wordt beoordeeld als zijnde beeldende kunst. Het gesprek over de rol en de waarde van design lijkt zich steeds meer eendimensionaal te ontwikkelen. De Kazerne neemt de taak op zich om daarin gelaagdheid aan te brengen, door de verschillende definities van design (van de waarde van esthetiek tot het bijdragen aan nieuwe richtingen voor maatschappelijke vraagstukken) zowel richting publiek als de professionele culturele wereld op te voeren. Vanuit een positieve, bemiddelende, kritische houding. De Kazerne streeft er naar om exposities en activiteiten te ontwikkelen die inhoudelijk evenwaardig zijn aan de presentaties van actueel design bij belangrijke internationale musea zoals MoMA New York en het Design Museum London. Natuurlijk zijn wij ons bewust van het schaalverschil, en dwingt onze nieuwkomerspositie ons tot andere strategieën dan dergelijke grote musea. Maar we zijn daardoor ook wendbaarder en vermoedelijk directer verbonden met de avant-garde van dit tijdsgewricht.

5|22

Als podium hebben wij niet de wens om één artistieke visie op het programma te projecteren en zo een gefilterde (curated) weergave te bieden van de stand van zaken in hedendaags en actueel design. Liever definiëren we de bijzondere rol van de Kazerne aan de hand van de veelkleurigheid en dynamiek die kenmerkend is voor de huidige ontwerpwereld zelf, en die vermoedelijk ook typerend is voor de tijdgeest van dit moment. Het is onze ambitie om deze tijdgeest te verkennen en over te dragen. Binnen de ontwerpgemeenschap en daarbuiten. Omdat we stellig menen dat inzicht in design, en kennis van de projecten die toptalenten ontwikkelen, een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de manier waarop wij als samenleving naar de toekomst kijken. Zien we vooral bedreigingen, of geeft de onverstoorbare vernieuwingsdrang die de ontwerpsector kenmerkt, ons vertrouwen in nieuwe technieken, nieuwe vormen van samenleven? Om onze rol geloofwaardig te kunnen vervullen, moeten we ontwerpers en andere spelers in de creatieve industrie een open podium bieden waar zij elkaar en de buitenwereld over de laatste ontwikkelingen informeren en inspireren. Zonder hun verhalen direct in een programmatisch keurslijf te dwingen, kijken wij bij voorkeur naar de effecten die dergelijke ontmoetingen sorteren. Hoe beïnvloeden ideeën elkaar? Hoe kunnen bondgenootschappen worden gesmeed? Wat levert de frictie tussen verschillende standpunten op? Welke wereldbeelden tekenen zich hier af? Wie kunnen we bij een verdere ontwikkeling en verspreiding betrekken? En hoe kunnen we de proposities onder een veel breder, liefst lokaal én internationaal publiek bekendmaken?





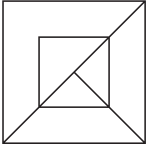
Als rode draad door al deze aspecten loopt het begrip gastvrije ontmoeting. De Kazerne combineert de rol van cultureel podium en plek van artistieke reflectie met het expliciete doel om tevens als trendwatcher en matchmaker de waarde van design kenbaar te maken. We verbinden ontwerpers en mogelijke partners, opdrachtgevers, financiers, studenten en journalisten, makers en denkers, onderzoekers en technici. We organiseren bovendien de ontmoeting met een publiek – soms vakmatig, vaak bijzonder breed geïnteresseerd – dat via het restaurant, de multifunctionele ruimten (en binnenkort ook de guesthouses en de 24/7 sociëteit) een laagdrempelige toegang wordt geboden. Juist door de unieke inzet van hospitality veranderen we de ‘consumptie’ van design, die in veel gevestigde instellingen en evenementen het karakter heeft van een vluchtige kus op de wang. Omdat mensen, ook gasten van derden, hier eten, vergaderen, werken of zelfs overnachten te midden van presentaties en tentoonstellingen, wordt hun blik vertraagd. Krijgen zij meer tijd om over achtergronden of eerste oordelen na te denken. Ontstaan andere gesprekken. Soms zullen ze zelfs de ontwerpers treffen en één-op-één het gesprek kunnen voeren. Door de specifieke setting gebeurt dat in een ontspannen, uitnodigende atmosfeer.

6 | 22

Als organisator draagt Kazerne Foundation de randvoorwaarden voor dergelijke ontmoetingen aan: we maken keuzes als het gaat om de kwaliteit van onze gespreksgenoten en gastcuratoren; we zorgen voor tegengeluiden en mengen gevestigde reputaties (als Maarten Baas, Kranen/Gille, studio Drift, Dave Hakkens, Studio Edelkoort, Nendo, Faye Toogood) met aanstormend talent (als Bernhard Lenger, Jella Lena van Eck, Chloé Rutzerveld). We bieden een ruimtelijke constellatie die weinig dicteert maar des te meer mogelijk maakt. We denken na over manieren waarop we publiek kunnen interesseren en ontvangen, hoe we de uitkomsten van wat we doen ook kunnen verspreiden onder hen die niet aanwezig waren of via een shop beschikbaar kunnen maken. De ervaring van de afgelopen jaren heeft geleerd dat die gastvrijheid wonderen doet. Door open te staan voor de talenten van anderen, door een onbevooroordeelde blik en door koestering van onze ‘gasten’ heeft de Kazerne inmiddels een stevig netwerk opgebouwd. Daarnaast heeft het ons geleerd dat die open gastvrijheid om improvisatievermogen vraagt: we moeten bereid zijn experimenten aan te gaan die niet bij voorbaat een gegarandeerd succes zullen opleveren, maar toch een toegevoegde waarde hebben.

Hoewel ons netwerk zich allang niet meer tot Eindhoven beperkt, blijft de regionale thuisbasis een belangrijk uitgangspunt. De rijke infrastructuur die hier voor de creatieve industrie is ontstaan, is een essentiële voedingsbron voor onze activiteiten. Talent te over, een uitstekende onderwijs- en onderzoeksomgeving, een flink aantal culturele partners en kwalitatief hoogwaardige bedrijven: met veel trots staat de Kazerne er bijna letterlijk middenin. Omdat wij dit initiatief vanuit een culturele droom zijn gestart en onszelf nog steeds als designers zien, beschouwen we de volledige verwezenlijking van de Kazerne als een ontwerp: van de herbestemming van het monument tot aan de wijze waarop we communiceren. We delen het geloof in de toekomst dat ook de ontwerpgemeenschap kenmerkt. En we weten dat er vele partijen en een berg doorzettingsvermogen nodig zijn om de droom daadwerkelijk te realiseren. Het ontwerp van de Kazerne zal niet snel voltooid zijn, maar zijn geldigheid is intussen wel bewezen.





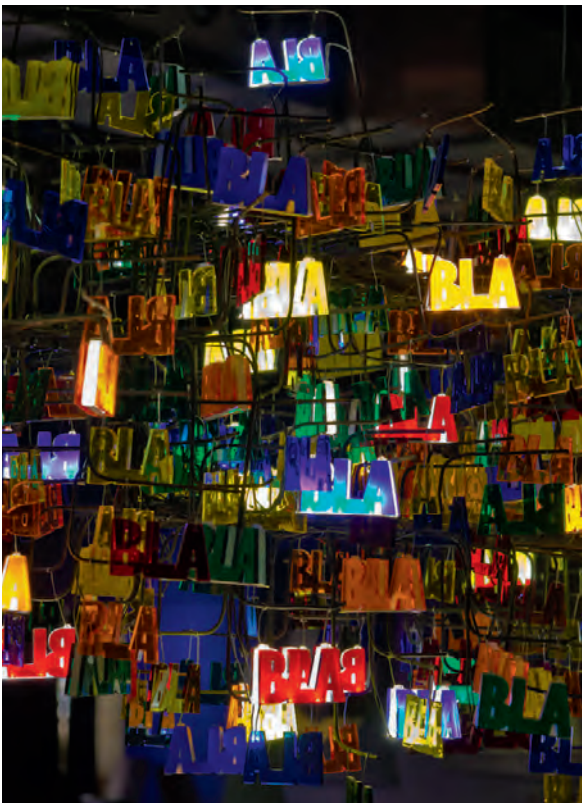
SELECTIECRITERIA

Kazerne kiest onverkort voor samenwerking met ontwerpers en gastcuratoren die binnen hun discipline tot de top horen: omdat zij als eersten actuele (culturele, maatschappelijke) ontwikkelingen bespeuren en vanuit onderzoek en experiment nieuwe denkbeelden, vormen en materialen ontwikkelen. Daarbij werken we zoals eerder gezegd niet met een al jaren tevoren vastgestelde kritische inhoudelijke agenda maar baseren we ons op de urgente onderwerpen die opkomende en gevestigde ontwerpers zelf in hun werk verkennen. We bieden kortom 'programmatisch' ruimte aan de wendbaarheid van het ontwerpveld. Keuzes komen voort uit nieuwsgierigheid naar de recentste ontwikkelingen in design en de relevantie daarvan voor onze leefwereld. We zijn loyaal aan designers die vanuit studie of werk verbonden zijn met de regio. Als gasten bepalen de creatieven de toon van het gesprek. Als locatie en goed gastheer reikt de Kazerne via haar keuzes de randvoorwaarden aan om het gesprek betekenisvol te maken. Kazerne bewaakt thema's via haar keuzes voor de specifieke toonaangevende ontwerptalenten, hun museale werken en de onderwerpen die zij via hun werk ter sprake brengen. We streven naar zoveel mogelijk primeurs, die na de presentatie in de Kazerne opgenomen worden in internationaal gerenommeerde presentaties en collecties.

7|22

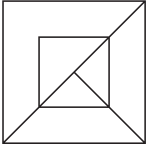
RANDVOORWAARDEN:

- Recent, actueel en urgent werk, reflecterend op de tijd waarin wij nu leven, gezien door de ogen van designers;
- Potentieel iconisch design of design gerelateerd werk (kunst-techniek-licht);
- Experimenten, concepten, objecten en installaties;
- Balans jong naast gevestigd talent en regionaal naast internationaal talent;
- Internationale museale kwaliteit;
- Nieuwe archetypes van esthetische schoonheid;
- Het verhaal gaat verder dan de vorm, gelaagdheid spreekt zowel het algemene publiek als kenners aan;
- Zowel in concept als uitvoering origineel en onderscheidend, of experimenteel.



Tubelight, december 2016: 'Een conversation piece is Escape zeker. Het laat zien wat voor zee aan mogelijkheden er ontstaat wanneer autonome kunst, toegepast design, materiaalonderzoek en technologische innovatie met elkaar worden verweven. Dat we niet weten welk label we de werken in de tentoonstelling nou moeten geven is een goed teken: we bevinden ons hier op nieuw terrein, waar nog eindeloos veel te ontdekken valt.'





DEEL II

KAZERNE 2020: HET PROJECT

In dit deel II belichten we het project Kazerne 2020, waarmee Stichting Kazerne Foundation een gevoelige schaa sprong beoogt. Het project ondersteunt de schaalvergroting door realisatie van Fase 2 van de herbestemming van het erfgoed inhoudelijk. Deze realisatie valt onder verantwoordelijkheid van Stichting ter behoud van Klein Paradijs en is geen onderdeel van dit projectplan. Zie voor meer informatie de bijlage Erfgoed.

AMBITIE

Kazerne is eind 2014 gestart op een vaste locatie, na 7 succesvolle pop-up pilots tijdens DDW. We zijn nog jong dus, maar ambitieus. In de regio Eindhoven is de Kazerne in twee jaar tijd bij een deel van het algemene publiek al een begrip geworden. Landelijk en internationaal zijn we dat onder een groot deel van de designprofessionals uit het bedrijfsleven en de vakinhoudelijke pers, zie ook de bijlage Publicaties.

9 | 22

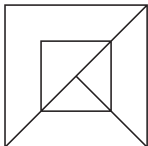
Het is de ambitie dat de Kazerne in 2020 bij een goed deel van het algemene publiek bekend staat als een interessante culturele bestemming waar altijd iets bijzonders te beleven is. Ook internationaal hebben we onder het algemene publiek dan al meer bekendheid verworven. Design-professionals en hun stakeholders kennen ons op dat moment als een prominent Nederlands podium voor recent en actueel design; een plek waar je altijd mensen ontmoet die er in de culturele wereld toe doen, waar je verbonden wordt met nieuwe netwerken en kansen, waar nieuw werk van niveau wordt getoond en besproken, waar de verrassing nooit ver weg is.

Ambitie: groei naar een sterkere (inter)nationale positie in 2020

Toegegeven, het zijn flinke ambities. En toch denken we dat de vliegende start van de Kazerne heeft bewezen dat er veel mogelijk is. Juist rond een onderwerp als design, dat volop in de belangstelling staat als één van de stuwende krachten bij het heruitvinden van de manier waarop we vormgeven aan ons (samen)leven. Omdat wij vanuit een designperspectief opereren, zijn we vermoedelijk behept met het fundamentele optimisme van de ontwerper. Vaak blijkt het ondenkbare mogelijk, simpelweg omdat de ontwerper zich niet laat tegenhouden.

In 2020 vertegenwoordigen we jaarlijks >100 designers, waarvan >50 internationaal gerenommeerd, waarvan >10 niet in Nederland werkend, plus >20 onbekende designers waarvan >10 binnen 2 jaar internationaal genoemd worden. We hosten jaarlijks >10 primeurs waarvan >5 door media worden benoemd en >2 opgenomen in internationaal gerenommeerde galerieën/musea. We worden >100 keer in nationale en >50 in internationale media genoemd. Het publieksbereik groeit tot >150.000 bezoekers, waarvan >20% niet uit Nederland komt. In iedere focusgroep zijn >5 ambassadeurs die met work, wisdom or wealth bijdragen.





GROEISTRATEGIE

Om de hiervoor benoemde ambitie te verwezenlijken zien we een mix van groeikansen:

Als eerste is herkenning bij de wereldtop in design, de primaire focusgroep, een voorwaarde: met hun werk en aanwezigheid hebben zij een aanzuigende werking op het bredere publiek (zie ook de bijlage Marketingstrategie). Voor een groeiende herkenning is groei in internationale relevantie en in de kwaliteit van onze activiteiten essentieel: zij bevestigen niet alleen onze status binnen de ontwerpgemeenschap en het algemene publiek, maar zorgen ook voor credibility. Daarbij kunnen we niet zoals nu blijven rekenen op de grotendeels vrijwillige medewerking van de wereldtop. Om hen te binden en te activeren, zijn meer incentives nodig dan we op dit moment kunnen bieden.

Doelstelling: de wereldtop meer binden en activeren

10 | 22

We zijn trots dat we de inhoudelijke activiteiten via de publieksinkomsten uit de horeca-activiteiten voor een belangrijk deel zelf kunnen bekostigen, ook al is ondersteuning door overheden en fondsen nu in deze beginfase nog onmisbaar. Om de continuïteit en duurzaamheid van het podium te kunnen waarborgen wil Kazerne Foundation als culturele ondernemer ook zelf meer (publieks)inkomsten genereren. Daarvoor moeten we nieuwe geldstromen ontwikkelen en meer publiek naar de Kazerne trekken om geld te spenderen. Na 2020 zullen we dan met name voor grotere projecten financiële ondersteuning vragen aan overheden en fondsen.

Doelstelling: een duurzamere financiële basis ontwikkelen

Als jonge organisatie hebben we de afgelopen jaren het nodige neergezet, van de gewenste hoge internationale kwaliteit. We kregen lovende kritieken en waardering voor ons ondernemerschap. Vanuit het totaalconcept dragen we nu al bij aan de versterking van de regio: als internationale verleider, als uithangbord voor het regionale design DNA, als versterker van de culturele infrastructuur en het designecosysteem.

De kwaliteit die we neerzetten vergt echter meer dan we nu met elkaar kunnen opbrengen. Zowel in financiële als in organisatorische zin. Om de potentie van de Kazerne te verzilveren, naast het borgen van de geloofwaardigheid en continuïteit, is het van groot belang dat de organisatie processen zo snel mogelijk anders kan inrichten, langer dan 3 à 4 maanden vooruit kan werken en meer slagkracht krijgt voor artistiek onderzoek, relatiemanagement, marketing en communicatie.

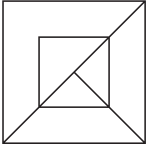
Doelstelling: organisatorisch opschalen

Wij hebben er veel zin in om onze ambities samen met onze design community te realiseren. In september 2017 starten we de schaalsprong. In 2017 en 2018 ontwikkelen we het meest, in 2019 en 2020 in mindere mate. Dan sturen we met name bij en ontwikkelen we nieuwe productmarktcombinaties die passen bij die tijd. Want de wereld verandert iedere dag. Omdat we nu nog niet kunnen weten waar we over drie jaar staan hebben we ons in dit projectplan beperkt tot de hoofdlijnen en nemen we in de begroting een post onvoorzien op.

Samengevat onderscheidt de Kazerne binnen het project Kazerne 2020 dus drie doelstellingen:

1. de wereldtop binden en activeren;
2. een duurzamere financiële basis ontwikkelen;
3. organisatorisch opschalen.

Deze doelstellingen vertalen we in concrete projecten en investeringen. We behandelen ze stuk voor stuk.



1. DE WERELDTOP BINDEN EN ACTIVEREN

Om de wereldtop te kunnen binden en activeren is versterking van het inhoudelijke programma met exposities, verbindende en verdiepende activiteiten essentieel. Door steeds duidelijkere allianties met erkende vernieuwers in de internationale ontwerpwereld aan te gaan en tegelijk een open oog te houden voor de thema's die jonge talenten in onze directe nabijheid aandragen, bouwt de Kazerne aan meer geloofwaardigheid binnen de vakgemeenschap. Toonaangevende ontwerpers en gastcuratoren (als Maarten Baas, Lidewij Edelkoort), maar ook jonge alumni (vanuit DAE, Central Saint Martins College of Art and Design) moeten erop kunnen blijven rekenen dat zij bij ons in aanraking komen met de voorhoede. Daarvoor is meer artistiek onderzoek nodig, meer promotie van de designers en de slagkracht om langer dan 3 à 4 maanden vooruit te werken. Om het programma te versterken willen we daarnaast letterlijk meer activiteiten ontplooiën, primeurs kunnen laten ontwikkelen, tijdig werk kunnen reserveren, tijdig starten met de promotie, sponsor- en fondsenwerving, vaker dan nu mogelijk werken huren in plaats van lenen (waardoor niet altijd het gewenste werk beschikbaar is) en designers en gastcuratoren kunnen aantrekken die tot nu toe buiten handbereik waren (Formafantasma, Bouroullec, Ilse Crawford). Aandachtspunt is (technische) innovatie en de hybride cultuur, het samengaan van de verschillende culturele velden binnen het domein van de brede creatieve industrie. Waar nu nog de nadruk ligt op design, moet het netwerk de komende jaren worden aangevuld met actoren uit de complete brede creatieve industrie (architectuur, gaming, podiumkunsten) naast technici en kenniswerkers: ook hun start- en scale-ups moeten de Kazerne zien als een knooppunt voor nieuwe samenwerkingen. Tot nu toe werkt de Kazerne vanuit gedeeld belang al met honderden personen en organisaties samen (zie ook de bijlage Netwerk). Om de wereldtop beter te kunnen binden en activeren is het essentieel dat we hen dat belang beter duidelijk kunnen maken, onder meer door meer kansen voor de primaire focusgroep te genereren en hun credits bij de gezamenlijke successen beter te delen. Daarbij geven we carte blanche aan Kazerne Young (een tiental studenten) om hen vaker dan nu mogelijk is en met een bescheiden budget vanuit hun perspectief aan te laten haken op de thema's. Omdat zij bewezen hebben met hun eigenwijze bijdrage en actuele subthema's nieuw publiek aan te trekken en bij te dragen aan de credibility van het inhoudelijke programma geven we hen al coachend gastvrij alle vertrouwen.

11 | 22

Om het inhoudelijke programma te versterken organiseren en faciliteren we:

1A. meer en betere exposities, vanaf september 2018 op te schalen van 1.000 m² naar 2.000 m²

1B. meer en betere verbindende activiteiten

1C. meer en betere verdiepende activiteiten

vanaf 2018, als Fase 2 gereed is

1D. artist (critic/curator) in residence

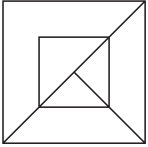
vanaf 2020

1E. pop-ups die aanhaken bij internationale design events

1F. meer en betere PR en communicatie

Hierna gaan we per onderdeel na een korte algemene introductie in op de schaalessprong.





1A. EXPOSITIES

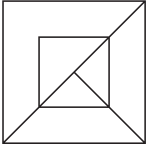
Exposities met recent en actueel werk van de wereldtop in design, zowel startend als gevestigd en vaak met een link naar de regio; ondersteund door Kazerne Lab en vanuit samenwerking met gastcuratoren en critici. De exposities visualiseren de betekenis van design, vormen een toegankelijke basis voor reflectie en geschiedschrijving en het gesprek over de betekenis van design, trekken (inter)nationaal (pers)aandacht, bieden toptalent een springplank naar internationaal gerenommeerde musea, galleries en bedrijven en versterken het regionale culturele ecosysteem. Het publiek krijgt op een toegankelijke en uitnodigende manier de jongste ontwikkelingen in design gepresenteerd.

THEMATISCHE TENTOONSTELLINGEN De exposities schalen we op van twee naar drie per jaar, mede om herhaalbezoek te stimuleren. Vanaf september 2018, als Fase 2 gerealiseerd is, vergroot de expositieruimte van 1.000 naar 2.000 vierkante meter. In het najaar is de combinatie van (autonoom) design en kunst de leidraad voor de door het eigen team samen te stellen expositie. Om onze impact te vergroten, bieden we het open podium vanaf begin 2018 in het voorjaar aan een toonaangevende ontwerper van internationaal niveau: een interessante 'stem' die als art director of gastcurator (als Atelier NL, MKGK, Petra Janssen) haar of zijn visie op de ontwikkeling van het vak belicht, of bijvoorbeeld een bepaald materiaal of technisch proces als leidraad kiest. In de zomer willen we de programmering sterker laten aansluiten bij de interesse van het algemene publiek. Dan willen we met internationaal ervaren gastcuratoren werken, om zo de synergie van de verschillende netwerken optimaal te benutten. In 2018 kiezen we een landelijk bekende gastcurator van internationale kwaliteit, daarna ook internationaal vermaarde gastcuratoren zoals Ilse Crawford en Faye Toogood. Zij worden geselecteerd op basis van eerdere exposities, mediabereik en netwerk. Vertrouwend op bewezen internationale kwaliteit krijgen zij de vrije hand. Voor 2018 zijn we in gesprek met Anne van der Zwaag (eerder stelden Lidewij Edelkoort en Jeroen Junte exposities samen). Om de publieksbeleving te vergroten willen we de kwaliteit van het tentoonstellingsontwerp verbeteren, naast het verbeteren van de live en online storytelling, zie paragraaf 1F.

12 | 22

DUTCH DESIGN WEEK EN GLOW EXPOSED Vanuit de stad en regio bestaat al langer de wens de impact van DDW te vergroten. Wij voelen de verantwoordelijkheid om deze taak meer expliciet dan we nu al doen op ons te nemen en zien ook kansen voor GLOW. Daarom starten we vanaf 2017 een meerjaren samenwerking met de Dutch Design Foundation (DDF) en GLOW om de parels van hun festivals het hele jaar door in een andere context zichtbaar te maken. In 2017 ontwikkelen we een vorm voor de presentaties. Vanaf seizoen 2018 - 2019 realiseren we jaarlijks 9 interventies: (kleine) aanvullende presentaties die aanhaken bij de thema's die de Kazerne onderzoekt. Deze activiteiten worden grotendeels via DDF en GLOW betaald.





1B. VERBINDENDE ACTIVITEITEN

Het tentoonstellingsprogramma biedt een raamwerk voor verbindende activiteiten. Die hebben tot doel het verbinden van verschillende leefwerelden en netwerken door het organiseren en faciliteren van cross-sectorale meet-ups, meet-the-designer bijeenkomsten, VIP-meetings, labprojecten en een moderne sociëteit om zo het creatieve ecosysteem te versterken. Als creatieve hub jagen we zowel ontmoeting, als nieuwe samenwerking, innovatie en de betekenis van design aan, en bewijzen we die ook.

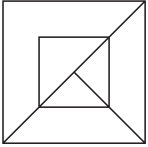
MEET Jaarlijks organiseren wij en onze partners nu al zo'n vijftien informele (netwerk)events. Om meer voor onze community te kunnen betekenen willen we dit regelmatig en meer gestructureerd gaan doen, nu blijft bijvoorbeeld de opvolging van leads te vaak achterwege. Verdeeld over de focusgroepen moet dit vanaf seizoen 2018-2019 resulteren in zo'n 50 à 70 events per jaar, zodat er iedere werkweek op een vaste dag iets te doen is en een aantal keer in het weekend. Bijzonder aan deze meetings is dat er zeer regelmatig toptalenten uit de expositie, nieuwe potentiële opdrachtgevers en financiers aanwezig zullen zijn, we onderzoeken bijvoorbeeld het model van het Venturecafé, dat in Rotterdam met een ledenaantal van ± 400 personen wekelijks minstens 150 deelnemers trekt. Daarnaast is het een grote kracht van de Kazerne dat we gasten ad-hoc aan elkaar voorstellen, als wij denken dat zij iets voor elkaar kunnen betekenen. Ook hiervoor is een groei in publieksaantallen essentieel, zie paragraaf 2A.

13 | 22

LAB Binnen het Kazerne Lab verbinden we creatieven met andere sectoren om hands-on samen te werken aan nieuwe inzichten en producten. Er is een Social Design Lab en een Inventory Lab. Binnen het Kazerne Social Design Lab vragen we designers hoe hun talent kan bijdragen aan een meer leefbare wereld van morgen. De vragen werden eerder met kleinschalige oplossingen beantwoord, maar ook groots aangepakt: van nieuwe geldstromen voor dagbestedingsateliers tot oplossingen voor het wereldwijde landmijnprobleem. Binnen het Kazerne Inventorylab werden designers gekoppeld aan de maakindustrie vanuit de gedachte dat designers geen professionele producenten zijn en producenten geen professionele ontwerpers. Door dat hands-on te beleven ontstond bij alle partijen nieuwe inspiratie en begrip. Afgelopen jaar waren er geen middelen om deze labprojecten te ontwikkelen, begeleiden en opvolgen. Dat is extra triest omdat we weten dat deze projecten sterk bijdragen aan de beleving van de betekenis van design. Daarom willen we nu jaarlijks weer zes labprojecten gaan ontwikkelen (zie ook de bijlage Lab).

CLUB Eind 2018 openen we in de oudbouw van Fase 2 een moderne sociëteit: een ongedwongen huiskamer waar de tijdelijke bewoners van de guesthouses (designers, gastdocenten van DAE en TU/e, technologische kenniswerkers, etc.) en de creatieve en technische gemeenschap uit de regio elkaar informeel kunnen ontmoeten. Leden en guesthouse-gasten hebben exclusief 365 dagen per jaar 24/7 toegang. Begin 2018 ontwikkelen we de concrete voorwaarden voor het lidmaatschap en het ballotagesysteem en starten we de acquisitie.





1C. VERDIEPENDE ACTIVITEITEN

Verdieping ontstaat door het organiseren en faciliteren van inhoudelijke uitwisselingen rond de exposities en rond algemene thema's in design. De Kazerne biedt ruimte voor debatten, keynotes, inspiratiesessies, workshops/lessen en rondleidingen. Met toptalenten onderling, met adviseurs en publiek delen we inzicht, ervaring, kennis en creativiteit om de betekenis en kwaliteit van design te vergroten. Deze activiteiten dragen bovendien bij aan de reputatie van de Kazerne als een open en geëngageerd podium waar de tijdgeest wordt ondervraagd.

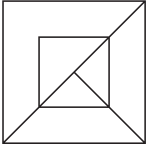
LEARN Nu organiseren we samen met onze partners (als Kazerne Young, VPRO medialab, TU/e) zo'n tien publieke talks per jaar. Vanaf seizoen 2018-2019 beogen we een programma dat jaarlijks zo'n 40 à 50 verdiepende activiteiten gaat behelzen, verdeeld over de verschillende publieksgroepen. Met uitzondering van vakantieperiodes zal er dan wekelijks op een vaste avond een inhoudelijk event zijn in de Kazerne, in plaats van incidenteel. Ook hier kunnen we niet zoals nu blijven rekenen op de grotendeels vrijwillige medewerking van sprekers, willen we onze internationale ambities verwezenlijken. Daarbij willen we zo snel mogelijk gaan werken met live streams, om op die manier belangstellenden van over de hele wereld bij onze bijeenkomsten te verwelkomen en de registraties ook als verslagen publiceren (waarmee we tegelijkertijd bijdragen aan de geschiedschrijving rond design). Voor de broadcasting is bijvoorbeeld interesse vanuit IF (International Forum Design, wereldwijd een van de meest gewaardeerde designprijzen), waarmee we direct toegang krijgen tot hun netwerk in meer dan 70 landen. Aandachtspunt is het vergroten van ondernemerschap bij de primaire focusgroep.

14 | 22

ENSURE Persoonlijk contact met de wereldtop is essentieel voor de Kazerne. Om dat talent optimaal te kunnen tonen, en telkens de gepaste context voor hun presentaties te kunnen vinden, moet de Kazerne vroegtijdig contact kunnen leggen met de betrokken designers. Het is daarom van groot belang dat we als onderdeel van het artistieke onderzoek meer eindexamens, beurzen, evenementen en ateliers kunnen gaan bezoeken. Om de kwaliteit te borgen en het draagvlak te versterken willen we daarnaast jaarlijks investeren in zes inspiratiesessies met (jonge) toptalenten, andere culturele- en designexperts, inclusief gastcuratoren en artists in residence. De inspiratiesessies zijn voor publiek toegankelijk.

TOUR Nu geven we gemiddeld twee rondleidingen per week. We beogen dat aantal te verhogen door de rondleidingen actiever te promoten, ook via derden, en door de horeca-medewerkers beter op te leiden zodat de kwaliteit van de rondleidingen gewaarborgd is. Daarbij investeren we tegelijk in digitale tours, zie paragraaf 1F.





1D. ARTIST IN RESIDENCE

Ruimte bieden aan internationaal toptalent (de bright talents) om gedroomde projecten of producten te ontwikkelen, verdiepen en/of realiseren. Samen met partners halen we internationaal toptalent naar de regio om wederzijds te profiteren van netwerk, ervaring en expertise.

In 2018 ontwikkelen we een artist in residence programma, samen met partners als Eindhoven365 en (de openbare werkplaatsen) Atelier Eindhoven, Beeldenstorm, Cor Unum, Textielmuseum (Brabantse Designlabs). Dan starten we ook de acquisitie. Na de opening van Fase 2 bieden we in 2019 totaal 16 weken ruimte en ondersteuning: 2x4 en 1x8 weken. In 2020 ligt het totaal bij 24 weken, en starten we met een residency van 12 weken. Zo experimenteren we met de periodes en kunnen we de samenwerking en output optimaliseren.

1E. POP-UPS

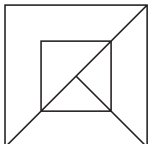
Het organiseren van exposities, verbindende en verdiepende activiteiten in een levende omgeving op een tijdelijke locatie in binnen- en buitenland. Zo brengen we het talent en de kracht van de regio ook daarbuiten onder de aandacht. 15 | 22

In seizoen 2019-2020 onderzoeken we of pop-ups nog van toegevoegde waarde zijn. Wij verwachten nu van wel. Daarom nemen we in dit project de ontwikkeling op van een op onze missie aansluitend format. Vanaf 2019 werken we aan zichtbaarheid op twee nationale en drie internationale designevents, bijvoorbeeld via publicaties, (online) reclame en/of ludieke posteracties. Eind 2020 willen we live aanhaken op twee nationale designevents buiten DDW, waarvan een in Brabant. Om gestalte te geven aan onze internationale ambitie beogen we vanaf 2021 jaarlijks met minimaal één pop-up aan te sluiten op internationale designfestivals.

1F. COMMUNICATIE OVER HET INHOUDELIJKE PROGRAMMA

Over het inhoudelijke programma communiceren we natuurlijk om publiek te bereiken (zie hierna bij paragraaf 2a), maar zeker ook om de credibility te vergroten. Om de wereldtop te binden en activeren, uit te groeien tot een must-be ontmoetingsplaats en om voor de wereldtop interessante gasten naar de Kazerne te trekken, zullen we de bewijisvoering van hun credits en de successen moeten verbeteren. De content die binnen en rond het programma wordt gerealiseerd wordt tot nu toe onvoldoende benut, terwijl deze van grote waarde is voor de storytelling en dus de publieksbeleving, voor toekomstige educatie en de documentatie van actuele ontwikkelingen in design. Want hoe vreemd het ook klinkt: juist door de wendbaarheid van het vakgebied dreigt verslaglegging van de actualiteit vaak het onderspit te delven vanwege de nieuwsgierigheid naar de toekomst. Daardoor is het geheugen van de designwereld slecht ontwikkeld. Om die verschillende redenen willen we investeren in storytelling/verslaglegging, passend bij de schaalgrote van de Kazerne. Daarvoor willen we de horecamedewerkers intensiever trainen in storytelling, investeren we in nieuwe content formats (als 360° foto's/video's, 90-seconds movies, explorer-app abonnement), schaffen we nieuwe content dragers aan (mobiele devices, we verwachten dat in 2020 een device zoals een Hololens binnen handbereik komt) en verbeteren we de inzet van de reguliere online middelen. De explorer-app ontwikkelen we binnen Locly, een platform dat vergelijkbaar is met Wordpress (waardoor we van updates kunnen profiteren) en op basis van het VSBfonds onderzoek 'de inzet van digitale middelen in museumpresentaties'. Praktisch werken we hiervoor onder meer samen met een digital native talent, Critical Distance, het Philipsmuseum en Eindhoven 365. Zo kan het verhaal van design (en dat van designdistrict Brabant) zich ook buiten de ruimtes van de Kazerne verspreiden en voor veel meer mensen een inspirerende betekenis krijgen dan voor alleen de bezoekers.





OM DE WERELTOP TE BINDEN EN ACTIVEREN INVESTEREN WE SAMENGEVAT IN

- het beter leren binden van de primaire focusgroep door minder bescheiden te communiceren over credits, successen en het gedeelde belang;
- meer ondersteuning van (jong) toptalent, voor een langdurige gunfactor van de toekomstige generaties;
- meer en steeds betere exposities, om toptalent in de etalage te plaatsen en het ecosysteem te versterken;
- meer gastcuratoren, om te kunnen profiteren van hun visie en netwerk;
- hoogwaardigere tentoonstellingsontwerpen;
- een investeringsfonds voor speciaal te ontwikkelen primeurs naast het vrijmaken van budget t.b.v. de huur van sleutelwerken;
- samenwerking met DDF en GLOW, om de impact ook buiten de festivals te vergroten;
- meer verbindende activiteiten tussen creatieve en intersectorale netwerken, zodat duidelijker wordt dat de Kazerne dé ontmoetingsplaats is voor nieuwe samenwerkingen en innovatie;
- meer verdiepende activiteiten voor culturele en designexperts, inclusief gastcuratoren én publiek, die bijdragen aan geschiedschrijving;
- camera's en een live-mixer zodat de activiteiten ook buiten de events van waarde blijven;
- de promotie van de rondleidingen en de educatie van medewerkers;
- de ontwikkeling van artist in residence voorziening;
- de ontwikkeling van zichtbaarheid bij (inter)nationale designevents en pop-ups;
- intensievere storytelling over onze successen, zodat professionals en publiek vaker geconfronteerd worden met onze incentives;
- een sterkere beleving en bewijsvoering van het inhoudelijk programma (passend bij de schaalgrote van de Kazerne), ten behoeve van publieksbegeleiding, toekomstige educatie en geschiedschrijving, onder meer via nieuwe content formats, een explorer-app abonnement, mobiele devices en op termijn een device als een hololens;
- verbetering van de inzet van reguliere online middelen (website, mailingen, social-media).

16 | 22

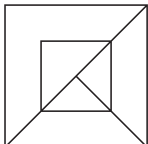
TARGETS

Binnen het inhoudelijke programma organiseren en faciliteren we per seizoen (september/september) minimaal:

NU	17/18	18/19	19/20	20/21		NU	17/18	18/19	19/20	20/21	
2	2	3	3	3	Grote tentoonstellingen			50	100	150	Sociëteitsleden
		9	9	9	DDW/GLOW exposed	4	9	18	18	18	Learn talks door Kazerne
	1	2	2	2	Gastcuratoren	6	12	24	24	24	Learn talks door derden
6	10	10	10	10	Activiteiten Kazerne Young	2	4	6	6	6	DAE kunstgeschiedenislessen
12	24	48	48	48	(Wekelijkse) Meetups		3	6	6	6	Ensure inspiratiesessies
2	4	6	6	6	Meet-the-designer	112	200	300	300	300	Rondleidingen
2	2	3	3	3	VIP-Previews				3	4	Artists in residence
2	2	3	3	3	Openingen				5	5	Pop-up zichtbaarheid
	6	6	6	6	Labprojecten, inclusief expo					PM	Pop-ups

Zie voor de communicatietargets de bijlage Marketingstrategie.





2. DUURZAMERE FINANCIËLE BASIS ONTWIKKELEN

De marketingmix van hoogwaardige culturele activiteiten, de hospitality, het erfgoed en de communicatie daarover zorgt voor constante reuring en (nieuwe) publieksstroom. Voor een meer duurzame financiële basis beogen we: 2A. een groei van de publieksaantallen: als we meer publiek bereiken kunnen we meer mensen de betekenis van design laten ervaren en tegelijk meer publieksinkomsten genereren. 2B. de ontwikkeling van nieuwe geldstromen.

2A. PUBLIEKSBEREIK OPTIMALISEREN

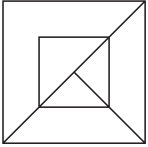
De Kazerne trekt nu jaarlijks zo'n 75.000 - 100.000 mensen. Doel is een groei van het totale jaarlijkse publieksbereik naar 150.000 in 2020. De versterking van het inhoudelijk programma (zie hiervoor bij 1), de versterking van de publieksbeleving (zie 1F) en de groei van feitelijke naar wenselijke marketing- en communicatie (zie de bijlage Marketingstrategie) fungeren daarbij als de belangrijkste pullfactor. Eind 2018 biedt de opening van Fase 2 momentum om qua naamsbekendheid een grote stap voorwaarts te zetten. Naast de guesthouses en extra boardrooms wordt binnen het totaalconcept van de Kazerne dan ook de 24/7 sociëteit gerealiseerd, de club, zoals hiervoor omschreven. Voor de opening van Fase 2 wordt een prikkelende campagne ontwikkeld en boeken we een internationaal icoon als Nick Cave om deze kracht bij te zetten. We weten vanuit het netwerk dat Cave open staat voor creatieve samenwerkingen en denken dat een designperspectief hem een interessant aanknopingspunt kan bieden.

17 | 22

MARKETING EN COMMUNICATIE Om meer publiek te bereiken investeren we op basis van de marketingstrategie, zie bijlage, in een concreet marketing- en communicatieplan. Vervolgens optimaliseren we de communicatiemiddelen en -kanalen. Omdat we nu nog niet kunnen weten wat de uitkomst van het plan wordt is een stelpost opgenomen in de bijgaande begroting. Daarbij werken we met een vast budget: op basis van prioritering schuiven we in de totale begroting voor marketing en communicatie. De in de bijlage Marketingstrategie genoemde middelen en kanalen schalen we sowieso op, zowel in kwaliteit als in oplage.

GEDEELD BELANG Als open podium is het gedeelde belang een belangrijk uitgangspunt. De Kazerne is geen particulier bezit, maar bestaat bij de gratie van onze community. We hebben een stevig internationaal netwerk en veel draagvlak – met name in de regio. Jaarlijks werken we met honderden personen en organisaties samen (zie ook de bijlage Netwerk). Tot nu toe gebeurde dat vaak ad hoc waardoor we niet optimaal van de samenwerking konden profiteren. Om de community te activeren – en daarmee het publieksbereik te vergroten – is het essentieel dat we sleutelfiguren deelgenoot gaan maken. Daarom ontwikkelen we naast de hiervoor omschreven 24/7 sociëteit, een sponsorprogramma en een aansprekend loyaliteitsprogramma, met gelaagde abonnementen om verschillende doelgroepen te bereiken. Begin 2018 ontwikkelen we concrete voorwaarden en privileges, die horen bij de in de begroting opgenomen bedragen. Deze worden steekproefsgewijs getest voordat ze meer publiek gepromoot worden. Vrienden ontvangen voor hun bijdrage bijvoorbeeld gratis toegang tot de openingen, actieve members confronteren we meer inhoudelijk en de drukbezette ambassadeurs krijgen toegang tot de exclusieve bijeenkomsten.





Daarnaast structureren en concretiseren we de samenwerking met partners die aansluiten bij de marketingmix (hoogwaardige culturele activiteiten, hospitality, erfgoed). Als eerste concentreren we ons op de ontwikkeling van de samenwerking met de primaire focusgroep en op lokale en regionale partijen (waaronder culturele instellingen, bedrijven, netwerkclubs, hoteliersvereniging, Visit Brabant, Eindhoven Airport). Vervolgens concretiseren we landelijke en internationale leads (b.v. CNAP Parijs, het Stedelijk Museum Amsterdam, Vitra Design Museum Weil am Rhein). De inhoudelijke samenwerking kent vele vormen een gedaanten: van kortstondig tot zeer intensief; van uitwisseling van ideeën en content tot werkelijke co-creatie. Samen maken we exposities, projecten, verdiepende programma's en promotie, ontwikkelen we een internationale kunst- en designroute en voor touroperators boekbare arrangementen. Daarnaast stimuleren we partners als het Parktheater en Muziekgebouw om vaker dan nu podiumkunsten bij ons te programmeren (ondanks dat de zaal zich ervoor leent achten wij zelf podiumkunsten programmeren vooralsnog niet haalbaar).

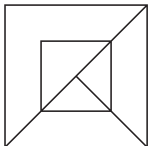
18 | 22

MONITOREN Kazerne verzamelt contactgegevens onder het publiek en nodigt uit om feedback te geven. In de nog jonge organisatie gebeurde ook dat tot nu toe vaak ad-hoc. In 2018 worden mid-delen ontwikkeld om het publieksbereik meer gestructureerd te monitoren en onderzoeken, zodat we een objectief beeld kunnen vormen van de (soorten) bezoekers en lessen voor de toekomst kunnen trekken. Tijdens het project meten we bijvoorbeeld de groei van het aantal mensen dat zich aan de Kazerne Community heeft verbonden, publieksaantallen en het aantal vermeldingen in de media.

OM PUBLIEKSBEREIK TE OPTIMALISEREN INVESTEREN WE SAMENGEVAT IN

- de (versterkte) programmering als belangrijkste pullfactor (zie paragraaf 1);
- een spraakmakende openingscampagne en openingsact van Fase 2;
- een marketing- en communicatieplan, vanuit de marketingstrategie;
- het verbeteren en opschalen van content en de communicatiemiddelen en -kanalen;
- het deelgenoot maken van sleutelfiguren in alle focusgroepen;
- een loyaliteitsprogramma om de communitybuilding te versnellen en betrokken sponsors te werven;
- samenwerkingen met hoogwaardige culturele, hospitality, erfgoed en citymarketing partners;
- internationale kunst- en designroutes (ook samen met Eindhoven Airport);
- content voor boekbare arrangementen, ook voor onze partners (Visit Brabant, hoteliers);
- middelen om publieksbereik te monitoren, ondersteund door een CRM.





2B. EXTRA PUBLIEKSINKOMSTEN GENEREREN

De Kazerne verkoopt geen kaartjes voor de exposities. Iedereen kan gratis naar binnen. De publieksinkomsten genereren we met name via de horecabestedingen: alleen tijdens DDW vragen we vanwege crowd control een bescheiden 2 euro entree. Om de financiële basis te verbreden en te versterken, voor de Kazerne en haar community, ambiëren we een groter aandeel directe publieksinkomsten. Daarvoor experimenteren we met nieuwe product/marktcombinaties. Tijdens het project houden we voortdurend vinger aan de pols om zo nodig bij te sturen of nieuwe geldstromen te ontwikkelen die het behalen van de doelstellingen faciliteren.

PAY WHAT YOU WANT Eind 2017 introduceren we het Pay What You Want principe. Overal in de wereld wordt dit in steeds meer cultuur- en horecaplekken toegepast. De drempel blijft daarmee laag, maar het publiek is zich meer bewust van de waarde, sterker, ze bepalen de waarde op basis van dat bewustzijn.

19 | 22

GALLERY SHOP In seizoen 2017/2018 ontwikkelen we een webshop, in 2018 schalen we op van shop naar galerie met shop. Deze ondersteunen we met een collectorsprogramma en een revoluerend investeringsfonds. Het collectorsprogramma ontplooit activiteiten waarbij designers, gastcuratoren en (potentiële) verzamelaars samen ingaan op de kunst van het collectioneren. Hiermee sluiten we aan op het DDF programmalijnen Collectors and Patrons en New Dutch Collection. Het investeringsfonds biedt designers een werkbudget voor de realisatie van nieuw werk. Bij verkoop van het werk (ook elders) wordt het bedrag inclusief een opslag teruggestort in het fonds. Daarmee vergroten we de incentive om primeurs te exposeren in de Kazerne en creëren we een revoluerend fonds.

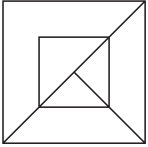
KAZERNE MERCHANDISE Als extra omzetmogelijkheid met promotionele waarde ontwikkelen we in 2018 Kazerne design merchandise, een eigen label met leisure producten die passen binnen de Kazernefilosofie. Denk aan de voor een boutiquehotel onontkoombare zeepjes, linnen en notitieboekjes, maar ook aan een speciaal ontwikkeld servies, receptenkaarten, een boekje over de historie van het erfgoed, etc. Om tot meer originele ideeën te komen laten we designers voorstellen doen. Om de productie te kunnen voorfinancieren ontwikkelen we een internationale crowdfunding campagne (die tegelijk bijdraagt aan de marketing en communicatie).

KAZERNE DESIGN RENTAL Ook designers zoeken naar nieuwe verdienmodellen. In stock hebben zij vaak prachtige prototypes en soms ook voorraad. Na de opening van Fase 2 zetten we een design-verhuurservice en -koopregeling op om voor zowel de Kazerne als haar community extra omzet te genereren.

KAZERNE EXPO TRAVEL Vanaf 2020 ontwikkelen we een actief programma om de exposities bij internationale (culturele) partners aan te kunnen bieden. Dat is een relatief eenvoudige manier om meer profijt uit het toch al verzette werk te halen. Vanwege de prioritering tot en met de opening willen we hier pas in 2019 aandacht aan besteden, behalve een vermelding op de website.

OM EXTRA PUBLIEKSINKOMSTEN TE GENEREREN INVESTEREN WE SAMENGEVAT IN

- Het Pay-What-You-Want principe;
- Een Kazerne webshop en gallery shop, ondersteund door een investeringsfonds en een collectorsprogramma;
- Kazerne merchandise, ondersteund door een crowdfunding campagne;
- Een design-uitleenprogramma;
- Een expositie-uitleenprogramma.



3. ORGANISATORISCH OPSCHALEN

Groeien naar een nationale en internationale positie, stelt natuurlijk ook eisen aan de organisatie. Ook die moet meegroeien. Zowel artistiek inhoudelijk als operationeel. De dagelijkse programma-organisatie draait nu grotendeels op het enthousiasme van de initiatiefnemers. Ondersteund door een parttime assistent runt initiatiefnemer en creatief directeur Annemoon Geurts tot op heden voor een belangrijk deel ook de producties, communicatie-activiteiten, relatiemanagement en sponsor- en fondsenwerving. Het is echter van het grootste belang dat er het hele jaar rond genoeg tijd is voor artistiek onderzoek en de ontwikkeling van nieuwe projecten. Het is essentieel dat er meer dan 3 à 4 maanden vooruit gewerkt kan worden, want daardoor is er nu vaak geen tijd voor optimale promotie, sponsor- en fondsenwerving.

Om te werken aan het verwezenlijken van onze internationale ambities, om geloofwaardigheid, continuïteit en duurzaamheid te waarborgen en om tegelijk de opening van Fase 2 voor te bereiden, is het essentieel om de organisatie zo snel mogelijk op te schalen. Onder leiding van externe adviseurs worden daarom de interne processen geëvalueerd en stapsgewijs anders ingericht. Zo nodig wordt (tijdelijk) extra coaching en expertise aangetrokken. Voortkomend uit het begroot aantal uren dat voor de schaalsprong nodig is, schalen we stapsgewijs op van 1,5 Fte naar zo'n 5 Fte, zie ook de bijlagen begroting en organisatie. Om de slagkracht te vergroten investeren we in een extra projectmedewerker, om meer publiek te bereiken in de professionalisering van de marketing/sales en communicatie/pr. Daarnaast trekken we een parttime relatiemanager/fondsen- en sponsorwerver aan. Met hun expertise beogen we tegelijkertijd gevoelig bij te dragen aan de duurzamere financiële basis. Idealiter zijn zij eind 2017 al ingewerkt. Tot slot is het van belang dat de publieksbegeleiding wordt geoptimaliseerd. Nu kunnen te weinig medewerkers het verhaal vertellen. Ook om hen te instrueren moet meer tijd en dus budget vrijgemaakt kunnen worden.

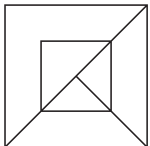
20 | 22

OM DE ORGANISATIEKRACHT TE VERSTERKEN INVESTEREN WE SAMENGEVAT IN

- Artistieke Leiding
- Project/productiemedewerker
- Marketing/sales en communicatie/pr
- Relatiemanagement/fondsen- en sponsorwerving
- Educatie van medewerkers







DEEL III

KAZERNE 2020: DE OOGST

Volgens de toekomstvisie van de gemeente Eindhoven, is de stad in 2025 een internationale hotspot. Technologie, design en kennis zijn zichtbaar en beleefbaar in de binnenstad. Het is druk op straat en er is altijd iets te doen. Daar dragen we vanuit onze specifieke agenda, onze locatie en ons talent graag aan bij.

In Brabant zijn we groots in het bedenken en maken van innovatief design. Nergens is zo'n fijnmazige en volledige infrastructuur aanwezig van onderwijs, broedplaatsen, designlabs en bedrijfsleven. Deze voorsprong toonden we voorheen slechts één keer per jaar echt goed aan de wereld. Met de financiering van Brabant C kan Fase 2 van de herbestemming van het erfgoed op een bij de internationale ambities passende manier inhoudelijk worden ondersteund, omdat Kazerne Foundation groter kan denken en de designkracht van Brabant vol trots 365 dagen per jaar wereldwijd uitdragen.

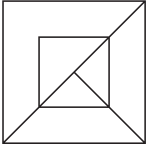
22 | 22

DE KAZERNE IS IN 2020 OP MEERDERE MANIEREN VAN WAARDEVOLLE BETEKENIS:

- Passend binnen de ambitie en merkpijlers van zowel Eindhoven als Brabant versterken we de diversiteit van de culturele structuur met een unieke hotspot; een must-be ontmoetingsplaats waar dagelijks van vroeg tot laat, desgewenst zelfs 24/7, het werk van wereldklasse designtalent is te zien, vaak vanuit hun studie of werk met een link naar de regio;
- We vergroten de impact van de DDW en Glow het hele jaar door; nemen de verantwoordelijkheid om die vraag vanuit de stad en de provincie op te pakken, o.m. door samen met deze organisaties in een andere context hun parels te belichten;
- We versterken het ecosysteem door regionale (jonge) makers en creatieven een podium te bieden met exposities, intersectoraal verbindende, verdiepende activiteiten en actieve persbenadering. We bieden hen een springplank naar nieuwe netwerken, samenwerkingskansen, internationale media en designpodia;
- Met onze activiteiten, promotie en content dragen we bij aan de designpositionering van Eindhoven en Brabant;
- Als internationale verleider trekken we interessant publiek en pers naar de stad, nationaal en internationaal: professionals en liefhebbers van kunst/design/technologie/innovatie/wining&dining, publiek dat ook buiten de Kazerne geld spendeert;
- We zijn een vanzelfsprekend uithangbord om gasten, delegaties en internationale pers te confronteren met de kracht van de regio;
- Met een voor touroperators boekbare designbestemming stimuleren we de meerdaagse vrijetijdseconomie, solitair en in combinatie met partners als Visit Brabant en de regionale hoteliers;
- We dragen met ons culturele/maatschappelijke programma bij aan het vestigingsklimaat en nieuwe (cross-sectorale) samenwerkingen.
- Met nieuw cultureel geïnteresseerd publiek dragen we bij aan het draagvlak voor cultuur;
- Als Fase 2 gereed is bieden we binnen het totaalconcept werkgelegenheid aan omgerekend zo'n 30 Fte.

In 2020 zijn de in dit projectplan gestelde doelstellingen gerealiseerd. Vanuit de synergie van onze projecten hebben we een sterke landelijke positie bereikt en zijn er meer mensen op de hoogte van het design DNA van Brabant. Een goed deel van de design wereldtop is actief verbonden aan de Kazerne, er is een duurzamere financiële basis en de organisatie staat als een huis. We beoordelen de missie als geslaagd als het professionele en algemene publiek zich meer en meer bewust wordt dat kunst en design bouwstenen leveren voor een leefbare wereld, waardoor zij geïnspireerd raken om nieuwe inzichten toe te passen in hun dagelijkse handelen, erover doorvertellen en terugkeren met familie, vrienden en relaties.

De activiteiten zijn bijzonder goed geslaagd als deze ertoe heeft bijgedragen dat de Kazerne zowel landelijk als internationaal als spraakmakend en waardevol wordt ervaren. Doordat steeds meer mensen genieten van het programma, het erfgoed, van lekker en mooi. Doordat we voor het regionale ecosysteem steeds vaker als springplank fungeren. En *last but not least*, omdat we vanuit de kracht van de creativiteit hebben bijgedragen aan een leefbare wereld van morgen.



**PROJECTPLAN
KAZERNE 2020**
STICHTING KAZERNE FOUNDATION

DATUM
MEI 2017

MEER INFORMATIE
ANNEMOON GEURTS
ANNEMOON@KAZERNE.COM
06 22529413

WWW.KAZERNE.COM