

<b>Aanvrager:</b>	<b>STORE</b>
<b>Titel:</b>	<b>STORE STORE</b>
<b>Gevraagd bedrag:</b>	<b>€ 97.632</b>

## **POSITIEF, geen budget**

### **Inleiding en samenvatting**

STORE is een stichting die jongeren uit minder bedeelde gezinnen verbindt met gevestigde ontwerpers. STORE is sinds 2010 actief in Londen en in 2021 is er een zelfstandige organisatie in Rotterdam gestart. Het activiteitenprogramma STORE STORE betreft het runnen van een designwinkel en werkplaats en het uitvoeren van een educatief programma. In het educatieve programma werken Rotterdamse jongeren samen met gevestigde ontwerpers aan ontwerp- en maakprojecten met als doel jongeren kennis te laten maken met, en toegang te geven tot de creatieve disciplines. STORE stelt dat haar belangrijkste taak is ervoor te zorgen dat de volgende generatie ontwerpers net zo divers is als de samenleving. Om dit te bereiken organiseert STORE activiteiten die specifiek gericht zijn op jongeren en activiteiten die een breder publiek bereiken. Er zijn wekelijks Design Clubs waarin deelnemers (14-18 jaar) samenwerken met een wisselende gevestigde ontwerper. De Design Club is een 6 weken durend traject waarin de jongeren een volledig ontwerpproces doorlopen. Daarnaast zijn er meerdaagse Summer-, Spring- en Winter Schools tijdens schoolvakanties waarin deelnemers (14-18 jaar) werken aan projecten in de openbare ruimte. Voor een jongere doelgroep (8-13 jaar) en hun ouders worden in de schoolvakanties workshops georganiseerd onder de noemer Play Clubs. Op middelbare scholen organiseert STORE School Workshops. Tijdens deze workshops leren de leerlingen STORE en de veelzijdigheid van het ontwerpvak kennen.

Naast deze activiteiten presenteert STORE zich op verschillende momenten richting een breed publiek. Ter afsluiting van de Summer-, Spring- en Winter Schools zijn er evenementen waar deelnemers hun kennis, vaardigheden en gemaakte werk delen met het publiek. Tijdens deze evenementen worden ook de resultaten van de laatste Design Clubs getoond.

Tot slot publiceert STORE zowel online als fysiek maakhandleidingen genaamd Makers Manuals. Deze zijn online gratis beschikbaar of als gebundelde publicatie te koop in de STORE STORE.

### **Overwegingen van de adviescommissie**

De adviescommissie spreekt haar waardering uit voor de missie en de doelstelling van STORE: een diverse groep jongeren in contact brengen met de ontwerpdisciplines. Ze onderschrijft de analyse dat op dit moment te weinig jongeren uit minder bedeelde gezinnen in contact komen met deze disciplines en de betekenis die ontwerp kan hebben.

De commissie is eveneens positief over de betrokken ontwerpers en het onderwijsnetwerk waarover de organisatie beschikt. De selectie ontwerpers is divers in zowel het werk dat ze maken als de ervaring die ze meebrengen. De commissie verwacht dan ook dat ze onder begeleiding van STORE de jongeren op een aansprekende manier kennis kunnen laten maken met de ontwerpdisciplines. Dit vertrouwen wordt tevens gevoed door de frisse toon die STORE hanteert in de helder geschreven en gestructureerde aanvraag.

De commissie mist echter ook een aantal zaken in de aanvraag. Zo ontbreekt het aan duiding van, en een reflectie op de verschillende context in Londen en Rotterdam, waardoor de commissie nu de indruk krijgt dat oplossingen uit Londen teveel één op één toegepast worden in Rotterdam. Ook mist de commissie een positionering van het initiatief ten opzichte van de bestaande makers-beweging in Nederland, waaronder fab- en makerschools.

Als de commissie naar de criteria van de regeling kijkt moet een activiteitenprogramma minimaal een regionaal bereik hebben. Dat lijkt in het geval van STORE beperkt te blijven tot het lokale niveau binnen de gemeente Rotterdam.

Met betrekking tot het publieksbereik is de commissie ervan overtuigd dat STORE een divers publiek weet te bereiken. Niet alleen omdat de primaire doelgroep in bepaalde opzichten divers van samenstelling is maar ook omdat de organisatie zelf een diverse samenstelling heeft en zich heeft ingespannen om een diverse groep ontwerpers en makers bij het programma te betrekken.

Alles overziend komt de commissie tot een positief oordeel over de aanvraag van STORE. Ze beoordeelt de artistieke en maatschappelijke waarde van het activiteitenprogramma en mate waarin een divers publiek wordt bereikt als voldoende. De commissie beoordeelt zowel de relevantie van de gekozen thematiek voor de vormgeving als de consistentie van de aanvraag als 'bijna voldoende.

#### **Advies van de commissie aan het bestuur**

De commissie adviseert op basis van het voorstel in eerste aanleg positief over de aanvraag van STORE. Maar omdat met het aantal positief beoordeelde voorstellen het beschikbare budget voor deze ronde wordt overschreden, heeft ze alle positief beoordeelde voorstellen moeten prioriteren volgens artikel 15.2 van de Regeling 1- en 2-jarig activiteitenprogramma. Hierbij heeft de commissie kortgezegd gekeken naar de samenhang tussen de criteria artistieke en maatschappelijke waarde, thematiek, publieksbereik en consistentie. Op basis van de hieruit volgende rangschikking is het voorstel te laag geëindigd om in aanmerking te komen voor een bijdrage uit de regeling. Volgens de commissie sluit het voorstel in vergelijking met andere, hoger geprioriteerde aanvragen, in mindere mate aan bij aan de doelstellingen van de Regeling 1- en 2-jarig activiteitenprogramma. De commissie adviseert het bestuur daarom de aanvraag van STORE niet te honoreren.

<b>Aanvrager:</b>	<b>Design Museum Den Bosch</b>
<b>Titel:</b>	<b>Activiteitenprogramma Design Museum Den Bosch 2022</b>
<b>Gevraagd bedrag:</b>	<b>€ 93.680</b>

## **POSITIEF, geen budget**

### **Inleiding en samenvatting**

Design Museum Den Bosch organiseert tentoonstellingen en maakt publiekprogramma's over hoofdzakelijk twintigste-eeuwse en hedendaagse vormgeving en beheert belangrijke designcollecties, keramiek en sieraden. Het museum signaleert verschillende moderniseringsprocessen in de samenleving waarin design een wezenlijke rol speelt. Die ontwikkelingen maakt het museum inzichtelijk voor een groot en een professioneel publiek door middel van tentoonstellingen, publieksprogramma's, onderzoeksprojecten en collectieontwikkeling (aankoopplannen). De programmalijnen waarbinnen dit geheel zich afspeelt zijn:

- Cultuur en Technologie, de relatie tussen mens, vormgeving en technologie, met bijzondere aandacht voor de Posthuman-omgeving;
- Levensbeschouwing en Lifestyle, de betekenissen van design in de samenleving en de relatie met subculturen, lifestyle en identiteitsvorming, variërend van de emancipatie van maatschappelijke minderheden tot de constructie van een Europese identiteit;
- Design en Transitie, design en de bijbehorende ontworpen systemen als wezenlijke onderdelen van moderniseringsprocessen, met aandacht voor de transitie van een eertijds avant-garde positie van de ontwerper naar een hedendaagse ontwerpomgeving.

Het museum vraagt subsidie aan voor een activiteitenprogramma bestaande uit vier tentoonstellingen en bijbehorend programma. In het programma is er bijzondere aandacht voor de positie van de ontwerper, met nadruk op de veranderende rol van het ontwerperschap. 'Screen Wear' is een presentatie van een jonge generatie ontwerpers en modehuizen die zich specialiseren in digitale mode en onze relatie tot kleding proberen te veranderen. Beoogde betrokken ontwerpers zijn onder andere The Fabricant (NL), Nina Doll (DL), Iris van Wees (NL) en Clara Escalera (SP). De tweede tentoonstelling is Sneakers Unboxed over het fenomeen van de sneaker. De tentoonstelling is samengesteld door het Design Museum London en word door Design Museum Den Bosch uitgebreid en aangevuld met Nederlands ontwerp. Vervolgens ontwikkelt het museum de tentoonstelling De/fault Design waarin vanuit het perspectief van gebruiker en de maatschappij gekeken wordt naar design. Uitgangspunt is dat design van invloed is op sociale, economische en politieke systemen. Design versterkt sociale normen, weerspiegelt culturele veronderstellingen en produceert vooroordelen. De laatste tentoonstelling is Process waarin ontwerptekeningen worden getoond uit de collectie van het Rijksmuseum Amsterdam. De inhoudelijke agenda van de tentoonstelling behelst twee facetten van design. Allereerst toont Process oude ontwerptekeningen om het begrip design te verruimen en te tonen dat ontwerpen en tekenen onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Daarnaast laat de presentatie zien dat tekenen in veel verschillende fasen van het proces van productontwerp een belangrijke rol spelen.

In samenhang met het tentoonstellingsprogramma ontwikkelt het museum een publieksprogramma voor verschillende doelgroepen in de stad, regio en op nationaal niveau. Binnen het publieksprogramma zoekt de instelling nadrukkelijk de verbinding met de actualiteit.

### **Overwegingen van de adviescommissie**

De adviescommissie spreekt haar waardering uit voor de wijze waarop het Design Museum Den Bosch zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld tot een breed toegankelijke presentatieplek binnen het vormgevingsveld. Het museum weet zowel een breed publiek als professionals te bereiken met spraakmakende exposities. Het programma voor 2022 noemt de commissie helder qua opzet en divers in formats. De voorgestelde activiteiten passen bij de programmalijnen die het museum voor zichzelf heeft geformuleerd. Het tentoonstellingsprogramma is divers in onderwerpen en zijn in wisselende maar voldoende mate relevant voor de discipline vormgeving. Dit geldt voornamelijk voor de tentoonstellingen De/fault en Process, die interessante elementen van het vormgevingsveld benaderen en bevragen. De presentaties Screen Wear en Sneakers unboxed zijn in de ogen van de commissie minder relevant voor het ontwerpveld, maar sluiten duidelijk aan bij maatschappelijke ontwikkelingen. Ze verwacht dan ook dat deze presentaties erin zullen slagen een breed publiek aan te spreken. Het tentoonstellingsprogramma kent alles overziend een goede balans. De commissie is positief over het publieksprogramma en het online platform De Derde Verdieping. Het publieksprogramma is goed uitgewerkt en divers in opzet. Het programma richt zich op professionals, geïnteresseerde leken en er is ruimte voor educatie en cross overs naar andere culturele disciplines. Voorts waardeert de commissie de wijze waarop de instelling meerstemmigheid een plek wil geven via De Derde Verdieping. Daarbij merkt ze wel op dat er nog geen coherente visie en strategie is over diversiteit en inclusie, die in alle onderdelen van het programma, en specifiek op het gebied van publieksbereik zijn weerslag krijgt.

Alles overziend beoordeelt de commissie zowel de artistieke en maatschappelijke waarde van het activiteitenprogramma als de relevantie van de gekozen thematiek voor de vormgeving in Nederland als voldoende. Ook over de consistentie van de aanvraag is de commissie positief. Volgens de commissie wordt een breed publiek bereikt maar ze is er in onvoldoende mate van overtuigd dat het programma een inclusief, divers publieksbereik zal hebben.

### **Advies van de commissie aan het bestuur**

De commissie adviseert op basis van het voorstel in eerste aanleg positief over de aanvraag van Design Museum Den Bosch. Maar omdat met het aantal positief beoordeelde voorstellen het beschikbare budget voor deze ronde wordt overschreden, heeft ze alle positief beoordeelde voorstellen moeten prioriteren volgens artikel 15.2 van de Regeling 1- en 2-jarig activiteitenprogramma. Hierbij heeft de commissie kortgezegd gekeken naar de samenhang tussen de criteria artistieke en maatschappelijke waarde, thematiek, publieksbereik en consistentie. Op basis van de hieruit volgende rangschikking is het voorstel te laag geëindigd om in aanmerking te komen voor een bijdrage uit de regeling. Volgens de commissie sluit het voorstel in vergelijking met andere, hoger geprioriteerde aanvragen, in mindere mate aan bij aan de doelstellingen van de Regeling 1- en 2-jarig activiteitenprogramma. De commissie adviseert het bestuur daarom de aanvraag van Design Museum Den Bosch niet te honoreren.