

JAARVERSLAG 2024

INLEIDING

PROGRAMMA

- Doelstellingen
- Tentoonstellingen en activiteiten

EDUCATIE

- Rondleidingen en workshops

MARKETING & COMMUNICATIE

- Persoverzicht

FINANCIEEL VERSLAG

- Jaarrekening

ORGANISATIE

- Bestuur, directie en personeel

BRUTUS BASE DANKT

INLEIDING

2024 was qua programma een succesvol jaar voor Brutus Base, met een aantal succesvolle activiteiten. Eind 2024 kregen wij het verlossende woord dat wij officieel een culturele ANBI zijn. Met trots kijken we terug op een jaar vol 'provocerende' programma's die discussies, debatten en emoties losmaakten. Doorlopend werden bezoekers uitgedaagd om anders naar de wereld te kijken. Het was een avontuurlijke ontdekkingsstocht door thema's als macht, vrijheid en duurzaamheid. In 2024 bezochten 39.296 mensen Brutus. We boden met Brutus Base een platform aan 9 kunstenaars, met 5 tentoonstellingen en daarnaast nog diverse activiteiten.

We presenteerden het werk van Atelier Van Lieshout in de tentoonstelling *I'm Not An Artist*, de ProBrutus Collectie was te zien in het Cranium en tevens in de tentoonstelling Snoeshanen. *Disco Inferno* van Atelier Van Lieshout werd verder uitgebreid met The Swiss Launderette en de Engineers Bedroom. We maakten een tentoonstelling met werk van Atelier Van Lieshout, genaamd *Elysian Fields*. En het oeuvre van de Rotterdamse Jan Borger werd gepresenteerd in een tentoonstelling in samenwerking met Brutus Space in het Cranium. De Brutus Garden was het hele jaar gratis toegankelijk en transformeerde afgelopen zomer tot een bruisend cultureel centrum, waar mensen films konden kijken in een openluchtbioscoop en konden genieten van theater, muziek en creative mornings.

Ook werd de Pro Brutus collectie aangevuld met nieuwe werken, waaronder van Felix Burger, Ossip en Heidundgries. En er werd een werk geschonken van Atelier Van Lieshout uit de Collectie Sanders en tevens werden er twee werken geschonken door AVL Mundo van Felix Burger. Op Instagram verwelkomden wij aan het einde van het jaar onze 15.000ste volger. Naast professioneel publiek hebben we ook nieuwe publieksgroepen aan ons weten te verbinden; de tentoonstelling van *I'm Not An Artist* was te zien op nationale televisie bij *Nu te zien*, tijdens de avond vierdaagse bezochten maar liefst 3.000 kinderen de Brutus Garden. En vanaf 2024 konden bezoekers met Museumjaarkaart, CJP en Rotterdampas Brutus gratis bezoeken. Mede hierdoor maakte veel nieuwe bezoekers kennis met onze mooie plek.

We deelden unieke momenten; van intieme diners met vluchtelingen in de Brutus garden, tot *Car Crush*, een theaterstuk waar we werk voor in bruikleen gaven. Gedurende de zomermaanden was er een kappersstudio in de *Hammer House*, een van de kunstwerken van Atelier Van Lieshout, in de Brutus Garden. Ook de pers was enthousiast over wat er allemaal bij Brutus gebeurde en publiceerde zowel lokaal, nationaal als internationaal lovend over ons, in online blogs en glossy magazines dagbladen zoals in de Daily Telegraph, waar een paginavullend interview met Joep van Lieshout in werd gepubliceerd.

We zijn apetrots op wat we de afgelopen jaren allemaal voor elkaar hebben gekregen. Het is het fundament waarop we met veel daadkracht voortbouwen. Dit alles was en is niet mogelijk zonder de belangeloze inzet van de Raad van Toezicht en natuurlijk van het team van Brutus, de floormanagers en de vrijwilligers. Daarnaast danken wij graag onze samenwerkingspartners, particulieren begunstigers en *last but not least* alle deelnemende kunstenaars, die dit zeer bijzondere en actieve jaar mogelijk hebben gemaakt. Voor 2025 schroeven wij de activiteiten van Base terug. We gaan alle capaciteit en middelen gebruiken om ons klaar te stomen voor de opening van het culturele cluster!

Sanne ten Brink
Directeur Brutus Base

PROGRAMMA

Brutus Base had in 2024 als doel een publiek cultureel programma te realiseren en het werk van Atelier Van Lieshout te ontsluiten voor het publiek. Dit doet de stichting middels grote utopische projecten, gewenste en ongewenste kunstinterventies maar ook door publieksactiviteiten. Hierbij wordt altijd gekeken naar samenwerkingen met andere hedendaagse kunstinstituten, kunstenaars of vooruitstrevende instituten. Belangrijke kernwaarde is daarbij: *artist driven*.

Programma 2024

In 2024 lag de nadruk op een publiek toegankelijk kunstpodium met een jaarrond programma. Niet alleen met eigen tentoonstellingen, maar ook in samenwerking met andere culturele partners, zowel op het gebied van beeldende kunst als ook performances, voorstellingen, installatiekunst en film.

Tentoonstellingen

1) **Uitbreiding Disco Inferno | Atelier Van Lieshout**

26 januari - 19 december 2024

openingsuren 1.196

Bezoekers: 33.286 (*totaal jaar bezoekers*).

inhoud: Disco Inferno uitbreiding Swiss Launderette, Engineers Bedroom, Doctors Office

Openingstijden: don- zon 12.00-18.00 uur

Locatie: Brabo

Disco Inferno, het industriële monster van Atelier Van Lieshout werd afgelopen jaar verder uitgebreid. Het is een zichzelf in stand houdend universum – een labyrint van talloze sculpturen, handgemaakte machines, hybride motoren, meubels, werk van andere kunstenaars, utopieën en dystopieën – ‘allemaal voortkomend uit de hamer, het ultieme instrument van verandering’. Afgelopen jaar werd de Engineers bedroom toegevoegd. Dit is een rustplek, voorraadkamer en gemoedsspiegel ineen. De ingenieur die Disco Inferno aan de praat houdt, verblijft hier dag en nacht. Hier zit hij in zijn fauteuil en staart voor zich uit. Obsessief werkt hij ideeën uit aan de tekentafel en komt nooit buiten. Voor de ingenieur telt alleen werk, emotioneel en lichamelijk is hij volledig verwaarloosd. Zelfs als hij op bed ligt, is hij omringd door een overdaad aan monitoren die non-stop beelden tonen van machines die afgedankte consumptiegoederen vernietigen, voor het spektakel en plezier van het kapot maken zelf of als voorstadium van hergebruik.

The Engineer's Bedroom is de plek waar instincten, driften en de diepste angsten leven. Hier heerst de obsessie met het constant willen maken.

2) **The Elysian Field | Atelier Van Lieshout**

26 januari - 31 maart 2024

openingsuren 216

Bezoekers: 13.724

Openingstijden: don- zon 12.00-18.00 uur

Locatie: Opslag hal 2

De kunstgeschiedenis is gevuld met stervende krijgers, van de gevelde strijder op de slagvelden van het oude Griekenland tot Henry Moore's Warrior with Shield die zijn laatste adem uitblaast. Ze offerden zichzelf op voor het volk, het vaderland of de

ideologie. Deze helden weten dat vechten kan eindigen in de dood, soms zelfs door hun eigen zwaard om de eer hoog te houden. De Fallen Warrior serie van Atelier Van Lieshout past in deze traditie. De tentoonstelling 'Elysian Field' was als een sereen ensemble van sculpturen die archetypen of wezens vertegenwoordigen, zoals: heiligen en zondaars, helden en schurken, gevallen strijders en figuren bevroren in hun eigen kaders. De ribben van het raamwerk waarbinnen de verschillende figuren worden geplaatst vertegenwoordigen de rede, de orde, het rationalisme en de leidende rol van maatschappelijke normen en conventies. Deze sculpturen hebben echter geen boven- of onderkant, er is geen 'juiste weg' die omhoog is. Ze kunnen op verschillende manieren worden geplaatst en gelezen, en vertegenwoordigen individuen die niet stoppen met doorgaan, zelfs als hun wereldbeeld omslaat.

3) **Snoeshanen | Ossip, Trees van Heil, Guus van Vugt, Axel en Helena van der Kraan, Marjan Teeuwen, Atelier Van Lieshout (Brutus Base X Brutus Space)**

30 januari - 4 februari 2024

Openingsuren 42

Bezoekers: 3.658

inhoud: Openingstijden: don- zon 11.00-21.00 uur

Locatie: Brutus Next Door

Snoeshanen liet werk zien van kunstenaars die ongegeneerd en ongegeneerd individualistisch zijn, die sterk in hun schoenen staan, die hun eigen weg gaan, hun eigen pad creëren en met overtuiging doen wat ze willen.

De meeste kunstenaars schikken zich noodgedwongen in die instrumentele rol, maar een enkeling gooit zijn kont tegen de krib. Die heeft lak aan maatschappelijke relevantie of morele urgentie. Die volgt koppig zijn eigen weg. Zijn enige kompas is zijn eigen creativiteit. Wat hij maakt is ongevraagd en ongewild en soms zelfs ronduit ongewenst, maar slaat vaak ook onverwacht de spijker op zijn kop.

Gepresenteerd bij "Brutus next door" liet deze groepstentoonstelling werk zien van Axel van der Kraan, Ossip, Marjan Teeuwen, Joke Robaard, Guus van Vugt, Hermann Nitsch, Olaf Mooij, Trees Heil en Atelier Van Lieshout. Een project dat in samenwerking met Brutus Space tot stand kwam.

4) **I'm Not An Artist | Atelier Van Lieshout**

4 oktober - 15 december 2024

openingsuren 281

Bezoekers: 4.886

Openingstijden: don- zon 12.00-18.00 uur

Locatie: Barbarella, Laadruimte, Bureel

Non-functionaliteit, originaliteit en authenticiteit zijn de heilige drie-eenheid van de kunst. De tentoonstelling 'I Am Not An Artist' liet zien hoe Atelier Van Lieshout de afgelopen decennia deze fundamentele stelselmatig heeft ondermijnd en de definitie van kunst heeft herschreven.

'I Am Not An Artist' toonde stapelingen van 3500 bierkratten en vele honderden betonnen stoeptegels: een herneming van Van Lieshouts vroege sculpturen uit de jaren 80 die een logische optelsom zijn van standaardproducten, modulaire maatsystemen en toeval. Een nieuw computer gegenereerde werk liet de honderdduizenden combinaties van kratstapelingen zien die mogelijk zijn binnen deze ruimte. Daarnaast was er een zaal gevuld met de hard-edge en soft-edge meubelen uit de jaren 90, waarmee Van Lieshout gebruikswaarde toevoegde aan zijn werk. Deze generiek vormgegeven tafels, kasten, wasbakken en keukens werden geproduceerd door Atelier Van Lieshout, een bedrijf dat op maat gesneden

oplossingen biedt voor alledaagse problemen en daarmee bestaande grenzen doorbreekt.

5) **The Beauty Within | Jan Borger en Juul Kraijer (Brutus Base X Brutus Space)**

6 september- 15 december 2024

openingsuren 257

Bezoekers: idem I'm Not an Artist

Openingstijden: don- zon 12.00-18.00 uur

Locatie: Cranium

Jan Börger (Rotterdam, 1929-2004) is een van de meest excentrieke Rotterdamse beeldend kunstenaars uit de tweede helft van de twintigste eeuw. Zijn oeuvre bestaat voornamelijk uit pentekeningen in een karakteristieke en eigenzinnige stijl, die vrouwelijke naakten en portretten afbeelden. Twintig jaar na het overlijden van Börger vond Brutus het tijd voor een retrospectief van zijn werk. Het monomane werk van Börger werd in de tentoonstelling bevraagd door de Rotterdamse kunstenaar Juul Kraijer (Assen, 1970), wier werk regelmatig te zien is en gewaardeerd wordt in binnen- en buitenland.

Events en activiteiten (deels in co creatie)

- Easter Egg Hunt in Brutus Garden | 1 april 2024
- New Rotterdam Jazz Orchestra | 2 maart 2024 | Museumnacht | Brutus Space x Brutus Base | Deze productie is 2 keer uitgevoerd
- Onderwater producties X Brutus | 13/8 t/m 15/9 2024 | Car Crush | Brutus Space x Brutus Base | Dit stuk is 16 keer uitgevoerd

Pro Brutus Collectie (bruiklenen, tentoonstellingen)

- Psychologische Medizijnische Untersuchung, Felix Burger (1 installatie)
- Car Crush theaterstuk (1 werk)
- The Beauty Within (10 werken)

EDUCATIE

Rondleidingen, workshops en talks

Brutus Base wil graag haar magie delen met de wereld. Er werden daarom afgelopen jaar diverse workshops, lezingen, filmavonden en talks georganiseerd. In 2024 hebben 2.069 personen in groepsverband Brutus en onze Brutus Garden bezocht.

Door groepen te ontvangen, rond te leiden en dicht bij het creatieve maakproces te brengen, beogen we aan te zetten tot creatie en debat. Daarom ontwikkelen we de thematentoonstellingen en de solo's (bijna) altijd lezingen en rondleidingen in samenwerking met de kunstenaar. In 2024 zijn wij een samenwerking gestart met Aim@Art, zodoende werd het bedrijfsleven betrokken bij Brutus, en werden zij aangezet om door middel van de kunst bij Brutus op een andere manier naar hun eigen bedrijfsvoering, visie en strategie te kijken.

Brutus hoste in september het internationale event *Liquid becomings* in de Brutus Garden, een initiatief van het Europese Paviljoen, waarbij de boot met curatoren en kunstenaars bij Brutus aankwam.

Het bijzondere concept van Brutus valt ook internationaal op. We ontvangen geregeld groepen van over de hele wereld, in 2024 bezochten Stedenbouwkundigen en architecten uit Zweden en Oostenrijk ons om zich te laten inspireren. Maar ook kunststudenten en

diverse kunst- en Rotary clubs, die we rondleiden en vertellen over onze vitale en tegendraadse plannen. Afgelopen jaren hebben we onder andere bezoek ontvangen van internationale peers als de directeur van het Guggenheim Museum en de leden van het Museum voor Toegepaste Kunsten Keulen. Brutus bleek wederom voorbeeldstellend, want het hele team van het Mondriaan Fonds bezocht Brutus afgelopen jaar ter inspiratie en verder diverse vriendenverenigingen van verschillende musea.

Educatie programma

In 2024 zijn er weer stappen gezet op het gebied van educatie. Scholen wisten ons goed te vinden en de aantallen zijn daarom substantieel toegenomen. Wij hebben afgelopen jaar maar liefst 838 leerlingen ontvangen van Middelbare scholen uit het hele land, waaronder het Montessori Lyceum uit Amsterdam en het Revijs Lyceum uit Vlaardingen. Hoewel onze focus niet op Primair Onderwijs ligt, bezochten maar liefst 3.000 lagere school kinderen tijdens de avondvierdaagse de Brutus Garden.

Diverse groepen studenten van verschillende MBO's en ook HBO's bezochten Brutus in 2024, zoals de Willem de Kooning Academie, het Grafisch Lyceum en de HKU, maar ook Artez studenten uit Arnhem. De Cultuurschool hoste hun cultuurdagen en workshops bij Brutus en met Hogeschool InHolland ging Brutus een intensieve samenwerking aan. Leerlingen kregen Brutus als case en dachten mee over hoe de vindbaarheid en zichtbaarheid van Brutus vergroot zou kunnen worden.

In 2024 werden er diverse activiteiten ontwikkeld, zoals de *Easter Hunt* met Pasen, waarbij kinderen eieren in de Brutus Garden konden zoeken.

MARKETING & COMMUNICATIE 2024

Samenwerkingen en hoogtepunten

2024 markeerde een jaar vol nieuwe en betekenisvolle samenwerkingen, met als resultaat een aanzienlijke groei in het bereiken van diverse doelgroepen, het organiseren van grootschalige evenementen en een sterke toename in online zichtbaarheid. In september fungeerde Brutus als prestigieuze locatie tijdens de opening van het Culturele Seizoen 2024, georganiseerd door Rotterdam Festivals. Tijdens deze feestelijke avond verwelkomde Brutus culturele organisaties uit heel Rotterdam, wat leidde tot het versterken van bestaande relaties en het smeden van nieuwe.

Het jaar begon met een waardevolle samenwerking met Museumkaart en de Rotterdampas, waardoor een bezoek aan Brutus toegankelijker werd gemaakt voor een breed publiek. Deze partnerships droegen niet alleen bij aan het verlagen van drempels, maar versterkten ook de zichtbaarheid van Brutus via nieuwe promotiekanalen.

Een van de meest spraakmakende momenten van het jaar was de uitzending van Brutus in het Avrotros-programma *Nu Te Zien!*, waarin museumdirecteuren bijzondere tentoonstellingen en musea belichten. Suzanne Swarts van Museum Voorlinden lichtte de tentoonstelling van Ossip toe. Deze exposure leidde tot hoge kijkcijfers, wat voor Brutus heeft geresulteerd tot een verdrievoudiging van de gemiddelde bezoekersaantallen in de daaropvolgende weekenden.

Het veelzijdige programma van Brutus, met een breed scala aan tentoonstellingen, vereiste dit jaar een gerichte en strategische aanpak. Een belangrijke stap hierin was de samenwerking met Coebergh, die met hun expertise een essentiële rol heeft gespeeld in het vergroten van de zichtbaarheid van Brutus. Dankzij deze samenwerking en de inzet van andere strategische partners, zoals de Uitagenda Rotterdam, Kranten, Museumvereniging,

Flyerman, Bereik.nl en diverse nieuwsbrieven, is Brutus breed gedeeld en gepromoot binnen relevante netwerken.

Brutus heeft dit jaar 43 rondleidingen verzorgd voor scholen en bedrijven, wat bijdroeg aan de professionele uitstraling van onze locatie als culturele hotspot. Een hoogtepunt was de samenwerking met Aim@Art, die bedrijven uit het hele land naar Brutus bracht voor inspirerende sessies.

De introductie van de Museumkaart in oktober 2024 heeft al snel resultaat opgeleverd. In de korte periode van 4 oktober tot 15 december 2024 ontving Brutus 1.757 bezoekers via de Museumkaart, waarvan 70 bezoekers een herhaald bezoek brachten aan dezelfde tentoonstelling. Dit succes biedt waardevolle kansen voor verdere dataverzameling en doelgroepanalyse in 2025. Samen met Stager en de Museumkaart krijgt het marketingteam in 2025 de mogelijkheid om meer data te verzamelen over het gedrag en de samenstelling van onze bezoekersgroepen. Deze waardevolle inzichten zullen worden gebruikt om gerichtere analyses te maken. Deze analyses zullen een belangrijke basis vormen voor gerichte acties en verdere groei. Voor 2025 ligt de nadruk op het genereren van meer data over onze doelgroepen, zowel online als offline. Deze inzichten zullen bijdragen aan het verbeteren van onze strategie en het stimuleren van herhaalbezoeken.

Doelgroepen

De doelgroepen die Brutus bereikt en waar wij ook de focus op hebben gelegd is voor 2024 als volgt geweest (segmentatie volgens Rotterdam Festivals):

- Culturele Alleseter (18% bezoekers)
- Weelderige Cultuurminnaar (6,3% bezoekers)
- Klassieke Kunstliefhebbers (12,1% bezoekers)
- Startende Cultuurspeurder (17,1% bezoekers)
- Proevende Buitenwijkers (6,3% bezoekers)
- Nieuwsgierige Toekomstgrijpers (4,8% bezoekers)
- Flanerende Plezierzoekers (10,1% bezoekers)
- Lokale Vrijetijdgenieters (6,1% bezoekers)

Online onderzoek binnen de social media kanalen toont aan dat Brutus niet alleen een enorme groei in volgers heeft behaald maar ook een jonge doelgroep bereikt via de Brutus Instagram. Er is gemeten dat 20% zich bevindt in de leeftijdscategorie 18-24 jaar en 40,8% in de leeftijdscategorie 24-30 jaar. Met meer dan 60% van de volgers in een relatief jonge doelgroep bereikt Brutus de juiste groepen, wat het resultaat is van een bredere variëteit aan content. Door middel van Reels krijgen volgers op een toegankelijke manier inzicht in tentoonstellingen, het werk van kunstenaars, en sfeerimpressies van evenementen zoals het spectaculaire Winter Market.

Brutus heeft voor 2024 samengewerkt met onderzoeksorganisatie Sentomus voor het Grootschalig Publieksonderzoek, Europese Musea. Hierin bleek dat Brutus onderdeel is van Cluster B met FTE1 dat wordt gemeten aan de hand van de thematiek binnen je museum en hoe groot je bent als organisatie zowel in het team als in de groottes van de tentoonstellingen. Een belangrijke inzichten uit het onderzoek wat belangrijk is voor het analyseren van Brutus haar doelgroep gedrag luidt als volgt:

De bezoekerssamenstelling binnen Brutus laat zien dat het percentage bezoekers dat de instelling bezoekt met vrienden of kennissen aanzienlijk hoger ligt dan bij andere musea binnen Cluster B, FTE 1 en zelfs in vergelijking met het algemene Europese onderzoek. Hieruit kan worden afgeleid dat een bezoek aan Brutus vaak wordt gezien als een gezamenlijke activiteit, zoals een gepland uitje, een weekendactiviteit of een stedentrip. Daarnaast suggereert dit dat bezoekers Brutus niet alleen als culturele bestemming

beschouwen, maar ook als een plek om inspiratie op te doen en samen een ervaring te delen. Zie de onderstaande tabel voor exacte cijfers.

Bezoekers samenstelling

Met wie bezochten bezoekers laatst het museum?	Brutus	Cluster B	FTE 1	Europa
Alleen	21,64%	20,37%	14,44%	17,64%
Partner	37,31%	35,38%	35,56%	35,35%
Vrienden of kennissen	43,28%	24,32%	22,80%	21,06%
Kinderen	5,97%	15,00%	13,63%	15,14%
Familie	7,46%	15,63%	18,16%	19,13%
Ouder(s)	0,00%	3,44%	3,02%	3,75%
Een vereniging	0,00%	1,23%	1,62%	1,36%
School / opleidingsinstituut	0,00%	1,77%	8,76%	5,07%
In het kader van mijn werk	5,97%	2,97%	2,73%	3,43%
Overige	0,75%	1,93%	1,91%	2,04%

Social Media & online marketing

Met de uitbreiding van het team is een solide structuur gecreëerd om de online zichtbaarheid te versterken. Via Instagram hebben kunstenaars en creatieven een prominente rol gekregen, wat de identiteit als “Artist Driven Playground” op een aansprekende manier weerspiegelt. Het werven van nieuwe volgers vormde een belangrijk speerpunt binnen de strategie op Instagram. Eind 2024 werd een mijlpaal bereikt met 15.000 volgers, terwijl het bereik ook significant toenam onder mensen die nog niet eerder verbonden waren. Deze vooruitgang werd mogelijk gemaakt door het gebruik van collaboration posts en een sterkere focus op Instagram ‘verhalen’.

Zo werd bijvoorbeeld in een reel een inkijkje in de wereld van Joep van Lieshout gedeeld, wat resulteerde in een groot aantal weergaven en bereik de bestaande volgersgroep van Brutus zelf. Dit benadrukt hoe Brutus erin slaagt een breder publiek te betrekken in online zichtbaarheid, door samen te werken met creatieven online. Daarnaast werden Instagram ‘verhalen’ regelmatig gedeeld door toonaangevende kunstenaars en organisaties, wat zorgde voor een grotere zichtbaarheid en betrokkenheid.

Uit analyses blijkt dat de Instagram-volgers groep steeds sterker wordt in termen van betrokkenheid en relevantie. Er is een duidelijke afname in het aantal maandelijkse verloren volgers, wat laat zien dat de volgers die worden aangetrokken ook daadwerkelijk geïnteresseerd blijven. Deze ontwikkeling onderstreept de groeiende band met het publiek en de impact van de strategie die is toegepast in 2024.

Resultaten	Instagram	Facebook	Nieuwsbrief
2022:	6.207 volgers	3.845 volgers	4.316 lezers
2023:	11.417 volgers	4.317 volgers	4.901 lezers
2024:	15.086 volgers	4.400 volgers	4.886 lezers

Een online marketing inzicht uit het eerder genoemde onderzoek van Sentomus luidt als volgt: In het onderzoek in Europa wordt meer dan de helft liever niet via sociale media kanalen op de hoogte gehouden. Echter binnen Brutus wordt zo'n 50,6% via Instagram op de hoogte gehouden. Verder zijn de gebruikte communicatiekanalen binnen Brutus 39,3% via Social Media en 44,9% via de Nieuwsbrief, 32,6% die er eerder zijn geweest en 28,1% via de museumwebsite. Hierin kan de conclusie getrokken worden dat de doelgroep Brutus vooral in de gaten houdt via de socials en nieuwsbrief. Dit is tevens een learning voor 2025 om de website van Brutus en de Google zichtbaarheid te vergroten aangezien bezoekers ons minder goed weten te vinden via onze website. Het zijn trouwe mensen die de enquête hebben ingevuld maar het is zeker een doel om dan nieuwe mensen te bereiken met deze inzichten over hoe ze op Brutus zijn gekomen.

Zie tabel hieronder.

Kanalen

Verkozen sociale media kanalen	Brutus	Cluster B	FTE 1	Europa
Facebook	16,85%	19,17%	22,75%	21,92%
Instagram	50,56%	27,32%	26,48%	27,46%
X (Twitter)	1,12%	1,49%	1,34%	1,93%
TikTok	0,00%	1,54%	1,13%	1,98%
LinkedIn	11,24%	4,23%	2,25%	2,95%
Snapchat	0,00%	0,47%	0,28%	0,39%
Youtube	3,37%	10,61%	15,70%	8,97%
Geen van deze	38,20%	54,86%	51,90%	54,67%

FINANCIEEL VERSLAG

Jaarrekening

Financieel was het een minder goed jaar. Het werven van fondsen voor het programma van Brutus Base bleek weerbarstig, waardoor het programma grotendeels is gefinancierd met eigen middelen. Dit heeft als gevolg gehad dat het eigen vermogen, dat verstrekt is met een gift van Stichting AVL Mundo van € 100.000, is geslonken tot € 17.220. Het betekent dat voor 2025 enkel programma kan worden ontwikkeld indien er voldoende publieksinkomsten, bijdragen van fondsen, giften van particulieren en sponsoring worden gerealiseerd.

ORGANISATIE

Brutus begon 16 jaar geleden als stichting AVL Mundo die het werk en het nalatenschap van Atelier Van Lieshout beheert en presenteert. Een ander doel was nieuw (groot) werk realiseren en op de (eigen) gronden een complex ontwikkelen voor wonen en kunst maken en beleven. Dus waren - en zijn - er vele partijen betrokken, zowel ideële als commerciële. De vraag van de buitenwereld over de invloed van Joep van Lieshout en eventuele belangenverstrengeling werd daarmee ook pregnanter, want naar wie gaat het geld en hoe is dit geregeld? Daarom zijn er in 2023 naast Stichting AVL Mundo drie nieuwe stichtingen opgericht waarbij we ons breed hebben georiënteerd bij onze belangrijkste stakeholders zoals de Gemeente Rotterdam, fondsen en experts in het veld, waaronder PwC. De statuten zijn opgesteld door Notariskantoor Mr. R.J. Meijer te Amsterdam, die zeer ervaren is in de culturele sector.

Brutus Space stelt zich ten doel een publiek cultureel programma te realiseren met en voor kunstenaars in het algemeen, onafhankelijk maar geïnspireerd op en verwant met het gedachtegoed van AVL Mundo. Brutus Base heeft als doelstelling een cultureel programma te realiseren met kunstwerken en objecten van de kunstenaar Joep van Lieshout en Atelier van Lieshout en het verzamelen van werken van andere kunstenaars, onafhankelijk, maar geïnspireerd op en verwant met het gedachtegoed van AVL Mundo. Brutus Organisatie Stichting faciliteert beide stichtingen met de organisatie, productie, communicatie en financiering van hun programma's. Joep van Lieshout maakt bij geen van deze stichtingen deel uit van het dagelijks bestuur noch van de Raden van Toezicht.

Stichting AVL Mundo blijft zich richten op haar oorspronkelijke kerntaken, waaronder het verzamelen en bij elkaar houden van de kunstwerken en objecten van de kunstenaar Joep van Lieshout en Atelier van Lieshout en het ontwikkelen en realiseren van een groots nieuw cultureel cluster op het AVL-terrein. Het omvat de vastgoedontwikkeling van drie woontorens i.s.m. Powerhouse Company, met onder andere zo'n 600 woningen en studio's voor kunstenaars. Op die manier krijgen zij een permanente plek en worden kunstenaars niet de stad uitgedreven door gentrificatie. Het complex zal de naam Brutus dragen, waar in de toekomst Brutus Space en Brutus Base hun vleugels nog verder kunnen uitslaan.

De organisatie van Brutus bestond eind 2024 uit een klein en bevlogen team van vaste medewerkers (4,6 fte), die naar behoefte aangevuld wordt uit een pool van vaste freelancers. Het *artist driven*-principe van het uitvoerende programma kenmerkt ook de organisatie want de meeste medewerkers zijn ook kunstenaar of maker.

Brutus Base kent een Raad van Toezicht-model met externe toezichthouders die volstrekt onafhankelijk zijn van Stichting AVL Mundo, te weten Roderick Post (interim voorzitter), Erika Happe en Edo Dijksterhuis. Een vierde lid wordt nog geworven.

Uiteraard wordt het personeel via Fair Pay betaald en volgen de salarissen de Richtlijn Functie- en Loongebouw van De Zaak Nu. Het Brutus Forever-boek informeert over zaken als verloven, vakantiedagen en ontwikkelingsmogelijkheden, gebaseerd op de richtlijnen van de Museum-CAO en De Zaak Nu. Brutus Base organiseert als hechte community per jaar verschillende activiteiten voor haar personeel en extern betrokkenen. Ook deze immateriële waardering vinden wij ontzettend belangrijk. Brutus Base is aangesloten bij Mores, wij hebben het personeel verzekerd bij Turien & Co en een contract bij Arbodienst Zorg van de zaak.

Brutus heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan. Het Brutus-complex heeft 200 zonnepanelen op het dak waarmee we voor een groot deel in onze eigen energievoorziening kunnen voorzien. We hebben geen duur en energieslurpend klimaatbeheersingssysteem, wat onze footprint als presentatie-instelling behoorlijk verkleint. Kunstenaars en curatoren adviseren we dringend om met de trein te gaan en we verkiezen bij binnen- en buitenlandse reizen zelf ook het OV boven de auto of het vliegtuig.

BESTUUR, DIRECTIE EN PERSONEEL

Raad van Toezicht Brutus Space

Roderick Post
Erika Happe
Edo Dijksterhuis

Directie

Sanne ten Brink (directeur)
Alexander Ramselaar

Personeel:

Heleen Kosse (publieks programma en tot 1 oktober 2024 productie)
Henny Schoonewelle (communicatie)
Alek Kakisina (community manager)
Geke Schalkwijk (facility manager)
Roos Jansse (Wild Summer of Art)
Guus Voorham (productie vanaf 1 december 2024)

ZZP ers:

Alexander Ramselaar (Directeur ontwikkeling/ financiën)
Brecht Bleeker (fondsenwerving)
Wille-Meike Brand (productie, logistiek)
Arthur Boer (opbouw)
Philip Schmidt (op-en afbouw)
Fleur Bruil (op-en afbouw)

BRUTUS DANKT

We werkten in 2024 samen met ontelbaar veel inspirerende partners, fondsen, sponsors, donateurs en vooral veel geweldige freelancers, vrijwilligers en kunstenaars! Bedankt aan iedereen die Brutus dit jaar mogelijk heeft gemaakt en betrokken was bij de totstandkoming van het programma:

Financiële partners/fondsen:

Atelier Van Lieshout

Joep van Lieshout

AVL Mundo

Artistieke- programma partners:

Museumnacht010

Roffa Mon Amour

Atelier Van Lieshout

Saw Modular

Rotterdam Art Week

Museumnacht

Onderwater producties

Operator

De Ronners