

THE ESSENTIAL DOOR MARTIN & INGE RIEBEEK

“Dat het leven geen studio-opname is, maken de Riebeek's op meelevende wijze duidelijk. De persoonlijke getuigenissen van willekeurige mensen, refereren nauwelijks aan de traditionele wetten van de beeldende kunst en maken vooral gebruik van de iconologie van de documentaire film. Juist daardoor werken ze als visuele aanslagen op de ziel.”

(auteur Alex de Vries: openingstekst van Imagine Being There International in Kunsthal KAdE Amersfoort 2009)

“Het werk The Essential gaat over vrijheid. Jullie werk is als een ruitje dat kapot is in Chrystal Palace, waar de noodzakelijke zuurstof doorheen komt.”

(Rolf Quaghebeur, directeur van Argos, centrum voor kunst en media te Brussel over The Essential)



De Poolse filosoof Zygmunt Bauman schrijft in zijn laatste boek 'Does Ethics Have a Change in a World of Consumers?' In een persoonlijke getuigenis kregen we van Man Chui Yun het antwoord hierop in de straten van Hong Kong: “Art doesn’t earn money, art only burns money.”

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	2
2. Werkwijze	3
3. Probleemstelling: klantsegmenten en bereik	3
4. Doel: duurzame ontwikkeling van een internationale beroepspraktijk	4
5. Resultaten	6
6. Planning en beheersing	7

1. Inleiding

The Essential gaat over de essentie van het mens-zijn. Je leeft als mens niet solitair maar altijd met je medemensen, de mens is een sociaal wezen. Wij, kunstenaarsduo Martin en Inge Riebeek, hebben in onze kunstenaarspraktijk 'ontmoeting' altijd centraal gesteld. Dit thema is voor ons de drijfveer van waaruit we werken.

De afgelopen jaren hebben we over heel de wereld videoportretten van 'gewone' mensen gemaakt. We vragen mensen naar de essentie van hun leven. Hun verhaal wordt in één take gefilmd en de portretten zijn persoonlijke getuigenissen. Deze portretten hebben we gebundeld in het project The Essential.

The Essential is een ode aan de verscheidenheid van het individu. Deze videoportretten raken de kijkers tot in hun ziel. The Essential overschrijdt dan ook het domein van de kunsten. Daarnaast doen landsgrenzen er niet meer toe. De portretten spreken iedereen aan omdat ze gaan over onze naasten en zijn daarmee uitermate toegankelijk voor allerlei groepen, niet alleen kunstliefhebbers. De portretten vergroten ons empathisch vermogen. The Essential toont zonder oordeel de gewone mens. Voor ons is het noodzakelijk om de essentie van het leven vast te leggen, zeker in deze steeds individualistischere samenleving met steeds grotere verschillen tussen arm en rijk.

We hebben een uniek format ontwikkeld voor de vorm waarin deze korte portretten (2 tot 5 minuten) worden gemaakt. Het draait daarbij om de virtuele ontmoeting. We filmen de statements in één take, een monoloog waarbij de personages op de camera aflopen en verdwijnen na afloop. De geïnterviewden, personages, maken heel bewust hun statement. Hun deelname aan The Essential is nooit terloops, nooit vluchtig. Hun keuze om deel te zijn van The Essential is heel bewust en intens. Wij filmen hun verhaal, hun essentie, zonder manipulatie.

We vragen aan mensen die we op straat tegenkomen wat zij hebben ervaren als essentieel in hun leven. Een essentie die ze willen overbrengen. Een verhaal, een gebeurtenis of een mooie ervaring die deel uitmaakt van je leven, misschien zelfs bepalend is geweest. Als toeschouwer stap je van het ene leven in het andere leven. Van de ene gedachtenkring in de andere. Van de ene werkelijkheid in de andere werkelijkheid. Zo dicht mogelijk bij het leven zelf.

Ons gedroomde eindresultaat is als mensen The Essential een-op-een identificeren met de essentie van het leven. The Essential moet een icoon worden, gefilmde portretfoto's voor de eeuwigheid. Elk portret brengt de kijker dicht bij de werkelijkheid. Elk portret moet iets doen met de kijker. We leven in een verwarrende tijd, een belangrijk tijdsgewricht waarin in alle facetten van het leven beweging zit. Met The Essential documenteren en onderzoeken we dit tijdsgewricht.

Het referentiekader, de thema's en inspiratiebronnen voor The Essential beschrijven we uitgebreid in het bijgevoegde artistieke plan. Daarnaast voegen we een overzicht toe waar The Essential te zien is geweest en de al vastgelegde presentatiemomenten in 2016 voor dit project.

2. Werkwijze

De wortels van The Essential liggen bij twee projecten. Allereerst het project Imagine Being There dat we in 2004 in opdracht van de Rabobank maakten (voor een presentatieoverzicht van Imagine Being There verwijzen we graag naar het overzicht van vertoningen en presentaties). Daarin filmde we portretten waarin we de geïnterviewden vroegen naar hun ultieme paradijs. In 2010 maakten we voor de NTR 40 korte films met hetzelfde thema.

Deze portretten evolueerden zich tot The Essential. Het moest gaan om de essentie van het leven wereldwijd en niet het persoonlijke paradijs. Alleen op die manier konden we universele waarden blootleggen en ontwikkelingen in de wereld signaleren. En deze portretten en essenties aan elkaar spiegelen. De focus moest verlegd worden.

In 2010 maakten we voor Aegon 220 portretten en deze opdracht gebruikten we om een meerjarenplan voor vrij werk voor The Essential te realiseren. Deze manier van werken, portretten in opdracht en tijdens deze reizen tegelijk vrij werk schieten, of opdrachtwerk zo in te vullen dat het past binnen The Essential, is onze strategie geweest om meerdere jaren aan The Essential te kunnen blijven werken.

Deze werkwijze hebben we ook toegepast in Groningen voor het project Home = Here (2015, opdracht door CBK Groningen) en in Heeswijk Dinther voor No Direction Home (2015, opdracht door 13 Hectare).

We werken altijd met een vaste cameraman en stagiaires. Daarnaast geeft Martin Riebeek les, op Fontys, Academie voor Beeldende Vorming. We vinden het belangrijk dat onze werkwijze, zowel onze hybride beroepspraktijk, als onze artistieke visie, gedeeld wordt met jonge makers. We focussen met stagiaires op de concentratie voor het filmen van een portret, het ontbreken van vrijblijvendheid.

Door deze werkwijze is The Essential vanaf het begin verbonden geweest met andere partijen, buiten de culturele sector; de zakelijke markt: Aegon, Rabobank, Achmea. Een groot bereik via de NTR, de eerste stappen binnen de zorg- en onderwijsmarkt met de Zorgacademie Heerlen. Ook hebben we in opdrachtgevers als Gemeente Nijmegen, Gemeente Tilburg, Gemeente Groningen en Gemeente Schiedam een haakje om The Essential aan te koppelen.

3. Probleemstelling: klantsegmenten en bereik

Het realiseren van vrij werk als directe spin off van opdrachtwerk is natuurlijk een zeer vruchtbare strategie én voor ons kunstenaars dé manier om onze zakelijke kant te blijven ontwikkelen. Daarnaast natuurlijk ook de manier om een artistieke inhoudelijke ontwikkeling te blijven doormaken.

Deze werkwijze willen we doorzetten, maar er zijn twee veranderingen gaande waardoor we een nieuwe manier van werken moeten ontwikkelen.

Ten eerste hebben we afgelopen twee jaar gemerkt dat het werken in opdracht minder makkelijk tot stand komt. Naast ons audiovisuele werk (vaak in opdracht van de zakelijke markt) hebben we altijd werk in de openbare ruimte gemaakt, zoals het Poetry Pavillon in Schiedam (2012), Between you & me in Tilburg (2010). Beide markten, zowel bedrijven als gemeenten, ondervinden nog steeds de naweën van de economische crisis. De balans is nog niet hersteld.

Dit betekent dat we voor ons opdrachtwerk een nieuwe focus moeten bepalen en een nieuwe aanpak moeten ontplooiën.

Daarnaast willen we graag naast de fysieke tentoonstellingen en installaties stappen maken in het online programmeren van de portretten. Deze online programmering is dé manier om nieuw publiek te vinden los van en aanvullend op onze fysieke presentaties. Bovendien is het een visitekaartje dat we in willen zetten om ons netwerk warm te houden en uit te breiden.

De potentie van het project The Essential is groot. De stappen die we nu al hebben gezet zijn veelbelovend. De signalen uit nieuwe marktsegmenten beloftevol, maar we moeten een naam opbouwen, we zijn nu nog te weinig zichtbaar. In Nederland hebben we een naam opgebouwd binnen het veld van kunst in de openbare ruimte waarbij we ook onze videokunst hebben ingezet. Onze internationale naamsbekendheid moet nog groeien. The Essential is nu op een punt gekomen dat we moeten investeren, het moeten uitbreiden en ankeren met nieuwe inkomstenbronnen, zodat we het project in de toekomst geheel zelf kunnen bekostigen. We geloven dat een focus in onze beroepspraktijk op The Essential ons als bewezen kunstenaars naar een hoger niveau zal tillen.

4. Doel: duurzame ontwikkeling van een internationale beroepspraktijk

Voor de komende jaren willen we onze beroepspraktijk professionaliseren en tegelijkertijd The Essential als rode draad in ons werk naar (inter)nationaal niveau brengen.

Deze professionalisering moet zich afspelen op vier niveaus en dat resulteert in de volgende doelstellingen:

4.1. Doorontwikkeling The Essential

In de komende drie jaar willen we een aantal landen en steden aandoen die voor ons belangrijk zijn om dit project te vervolmaken. We zijn ervan overtuigd, en hebben die ervaring ook, dat ons ondernemerschap onlosmakelijk verbonden is met de ontwikkeling van ons artistieke profiel. Met nieuw werk hebben we nieuwe opdrachten gekregen en nieuwe essenties/portretten zijn vereist om alle doelstellingen te realiseren.

Met The Essential vangen we als het ware een venster op de wereld. We hebben in de afgelopen jaren veel portretten mogen maken, maar we voelen een diepe urgentie om meer vast te leggen. Met alle bewegingen en verschuivingen in de wereld, merken we dat de vrijheid verdwijnt. De aarde wordt door de globalisering steeds kleiner, iedereen staat in verbinding met iedereen, maar we bereiken/ontmoeten elkaar niet echt. We moeten weer echt een verbinding maken met elkaar. The Essential streeft dat na. De mensen moeten zelf vertellen waar het voor hen echt om gaat, eerlijk, open en bewust. Alleen als je het van iemand zelf hoort, kan je het in een context plaatsen en komen we dicht bij een of de 'waarheid'. In het artistiek plan vindt u een overzicht van de landen en steden die we willen bezoeken met de inhoudelijke insteek bij elke locatie.

4.2. Werk in opdracht

We willen graag nieuwe opdrachtgevers benaderen die we kunnen koppelen aan The Essential. We weten dat The Essential aanslaat bij multinationals omdat we de menselijke maat terugbrengen, maar ook de zorgmarkt en onderwijsmarkt zijn nieuwe sectoren die passen bij The Essential. Bovendien gaat het bij The Essential om 'samenleven', een thema dat in de maatschappij en bij bedrijven heel actueel is. Om echt voet aan de grond te krijgen in nieuwe markten én opnieuw opdrachtgevers te vinden in de zakelijke markt, vinden we dat we dit niet langer alleen zelf moeten doen en moeten gaan samenwerken met een producent. De bijgevoegde netwerkanalyse geeft de handvaten om deze nieuwe markten te verkennen.

4.3. Aansluiting bij andere kunstdisciplines én groter bereik in de kunstensector

Met deze producent willen we ook een bredere afzetmarkt voor ons werk verkennen. We weten dat onze portretten toegankelijk zijn en een groot publiek aanspreken, maar weten dat nog te weinig om te zetten in nieuwe opdrachten of verkoop van ons werk.

De volgende drie segmenten hebben de focus:

- We maken in ons werk gebruik van filmische elementen en we geloven dat we ook in die sector voet aan de grond kunnen krijgen. We gaan een partnerschap aan met Solar World Cinema die een aantal (inter)nationale vertoningen zal realiseren waarin een paar portretten opgenomen worden. Deze filmvertoningen geven The Essential een nieuw, (inter)nationaal publiek. Solar World Cinema is geen filmboer die zomaar film in de openlucht vertoont. Solar World Cinema werkt met filmprogrammeurs die aanwezig bij de vertoningen en uitleg geven bij de films en na afloop een goede evaluatie kunnen geven van bezoekersaantallen, bezoekersprofiel en reacties. Solar World Cinema heeft een groot hart voor korte films en duurzaamheid. En is ervan overtuigd, net als wij, dat ze door film verbindt en een nieuw venster op de wereld biedt. De samenwerking met Solar World Cinema geeft ook aanleiding om andere mogelijkheden in de filmsector te onderzoeken. In het bijgevoegde marketingplan inventariseren we mogelijke partners.
- Omdat videoportretten in de particuliere markt nagenoeg geen afzetmarkt kent, willen we een spin off van de portretten ontwikkelen: foto's van de personages eventueel aangevuld met hun uitspraken. We hebben deze vorm voor het eerst toegepast tijdens onze tentoonstelling in De Pont in 2014 en dat werkte erg goed. In de komende jaren willen we deze werken aan particulieren verkopen. We willen experimenten met verschillende formaten en prijzen zodat we verschillende particuliere klantsegmenten kunnen bedienen en toegankelijk blijven.
- Daarnaast willen we The Essential aanbieden aan bijvoorbeeld festivals én hebben we een wish list waar we graag een tentoonstelling zouden realiseren. In eerste instantie nationaal, op termijn internationaal. De netwerkanalyse biedt handvaten om die aansluiting nationaal en internationaal te maken al realiseren we ons dat de stap naar het internationale veld een extra analyse behoeft.

4.4. Nieuw en ander publiek door online programmering: het imaginaire reisbureau

Door de jaren heen hebben we nagedacht over een manier om ons werk te ontsluiten via internet, zonder dat we de controle verliezen over ons werk. Daarnaast hebben we gezocht naar een manier om online ook een artistiek concept neer te zetten. We willen dit jaar een online imaginair reisbureau ontwikkelen waarin we delen van The Essential rondom een thema programmeren. Over homo-zijn in verschillende werelddelen, het belang van geld, de liefde, eenzaamheid en alle andere thema's die we op verschillende plekken in de wereld tegen zijn gekomen en tegen gaan komen. We willen door die thematische programmering 'spiegels' maken. Eenzaamheid in Mexico City tegenover eenzaamheid in Groningen. En daarmee het universele essentiële ontrafelen.

Daarnaast is het reisbureau voor ons een tool om onze achterban, potentiële opdrachtgevers en stakeholders in de kunst- en cultuursector op de hoogte te houden en te prikkelen. We willen meer doen dan een nieuwsbrief of een uitnodiging: we willen telkens weer laten zien waar ons kunstenaarschap om draait, de essentie zo je wil.

Ook voor nieuwe opdrachtgevers is het een interessant instrument om te tonen wat er allemaal met ons werk kan. We denken aan digitaal onderwijs, waar bijvoorbeeld Uitgeverij Zwijsen in Tilburg zich intensief mee bezig houdt en waar we goede content voor kunnen bieden.

Dit reisbureau zal telkens een reis laten zien gelieerd aan een fysieke presentatie om op die manier on- en offline marketing en communicatie zo effectief mogelijk in te kunnen zetten. Uiteraard wordt hier een apart marketingcommunicatieplan voor ontwikkeld.

We willen deze site open source laten ontwikkelen, zodat andere makers en partijen een template tot hun beschikking hebben om hun 'verhalen' te delen. We zochten in dit project een manier om onze kennis te delen, en dit is een manier waardoor meerder partijen baat hebben bij deze investering.

5. Resultaten

In de komende drie jaar willen we de volgende resultaten behalen met betrekking tot de hierboven geformuleerde doelstellingen:

5.1. Doorontwikkeling The Essential

We willen in totaal zo'n 100 portretten realiseren. Voor een inhoudelijke toelichting verwijzen we graag naar het artistieke plan. Ons ultieme einddoel is de realisatie van iconische videoportretten.

5.2. Werk in opdracht

We werven een producent, een creatieve projectmanager met goed gevoel voor marketing- en communicatie die met ons de lange termijnplanning voor het aanspreken van nieuwe marktsegmenten concretiseert en in verschillende fasen opdeelt. In 2017 verwerven we minstens 1 opdracht in de door ons benoemde nieuwe marktsegmenten.

5.3. Aansluiting bij andere kunstdisciplines én groter bereik in de kunstensector

Samen met partner Solar World Cinema realiseren we 7 vertoningen van een compilatie van een aantal portretten, een korte film, met nationale en internationale vertoningen. We hopen hiermee zo'n 1.400 bezoekers te bereiken. Samen met de filmprogrammeur van Solar World Cinema evalueren we de filmvertoningen: wat was het bezoekersprofiel, hoe landde het bij het publiek, hoe was de combinatie met de andere kortfilms. Op basis van die evaluatie onderzoeken we andere mogelijkheden binnen de filmsector.

We verkopen in de komende drie jaar 20 stills uit de videoportretten uit The Essential. We onderzoeken verschillende verkoopkanalen: dat zouden de presentatieplekken waar we mee samenwerken kunnen zijn, het nieuwe imaginaire reisbureau en we kijken naar deelname aan bijvoorbeeld beurzen. Zo is Art Rotterdam erg interessant voor ons omdat zij videokunst een centrale plek geven. Ook hierin speelt de producent een grote rol. Hij/zij maakt met ons een planning en onderzoekt op welke beurzen/presentaties wij ons het beste kunnen presenteren.

Naar aanleiding van de netwerkanalyse maakt de producent een wish list voor nationale en internationale presentatieplekken. Samen stellen we een plan van aanpak op per gewenste locatie. In 2017 willen we twee nieuwe locaties waar we The Essential kunnen presenteren/exponeren realiseren.

We willen doelgericht en planmatig te werk gaan en zoeken dus ondersteuning in productie, planning, marketingcommunicatie, relatiebeheer en verkoop.

5.4. Nieuw en ander publiek door online programmering: het imaginaire reisbureau

In 2016 willen we een werkend platform hebben ontwikkeld (open source), een online marketingstrategie hebben ontwikkeld en het eerste deel van die strategie hebben uitgevoerd. We zullen online in eerste instantie onze kaarten inzetten op Facebook en Instagram om traffic te genereren naar onze site. We willen in 2016 minimaal twee online programma's maken en

promoten. De resultaten uit deze twee programma's zullen input leveren om de gekozen marketingstrategie te toetsen en bij te sturen.

7. Planning en beheersing project

Mei 2016	<p>Gesprekken en aanvraag Mondriaan Fonds Takenpakket producent/projectmanager opstellen Selectie portretten Buenos Aires Productie foto's groepsexpositie Park Eigen publiciteit rond expo Park vormgeven en uitvoeren Aanvullende portretten voor Park/Tilburg maken Selectie materiaal voor Park/Tilburg Start groepsexpositie Park Tilburg Reis naar Athene (eigen budget)</p>
Juni 2016	<p>Uitslag aanvraag Mondriaan Fonds Selectie webbouwer imaginair reisbureau Conceptplanning filmvertoningen Eerste concept korte film Evaluatie groepsexpositie Park > in bereik en wellicht verkoop Experimenteren met Facebookads The Essential Aanvullende portretten Leeuwarden maken</p>
Juli 2016	<p>Uitslag aanvraag Mondriaan Fonds Uitslag Brabant C Werving producent Lijst wish list presentatieplekken met planning Marketing- en communicatieplan imaginair reisbureau / contentstrategie The Essential Briefing voor webbouwer / start bouw 3 tot 5 filmvertoningen Concept versie eerste online programmering Focus bepalen op najaar Selectie materiaal voor Fries Museum</p>
Augustus 2016	<p>Eerste versie imaginair reisbureau Eind aug: Soft launch imaginair reisbureau 2 filmvertoningen Eigen publiciteit rond tentoonstelling Leeuwarden vormgeven en uitvoeren</p>
September 2016	<p>Start tentoonstelling Fries Museum (en tweede verkoopmoment foto's) Eerste programma online, gerelateerd aan tentoonstelling Fries Museum 2 filmvertoningen Online campagne eerste online programmering Evaluatie filmvertoningen met Solar Cinema</p>
Oktober 2016	<p>Analyse resultaten promotie online programmering Verbeterpunten en nieuwe doelstellingen verwerken in nieuwe campagne Evaluatie Fries Museum (in bereik, koppeling met online programmering en verkoop foto's) Focus gaan bepalen met producent op 2017</p>
November 2016	<p>Tweede programma online (relatie nog niet bepaald) Online campagne tweede online programmering</p>
December 2016	<p>Analyse resultaten promotie online programmering Verbeterpunten en nieuwe doelstellingen verwerken in marketingplan 2017 imaginair reisbureau</p>