

DEAF BIENNALE 2014

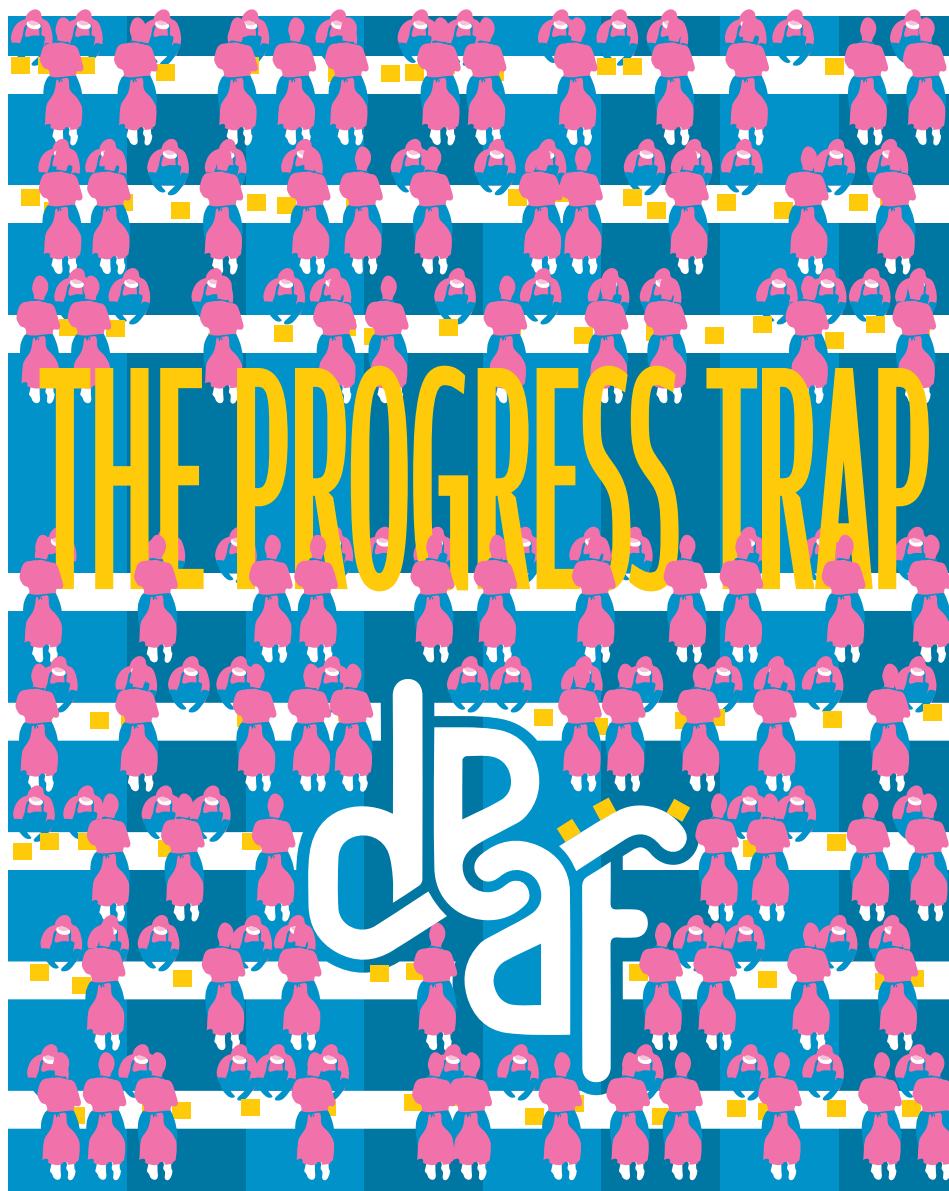
DUTCH ELECTRONIC ART FESTIVAL

I.S.M. V2... & HET NIEUWE INSTITUUT - MUSEUMPARK 25

21-24 MEI

TENTOONSTELLING T/M 9 JUNI

WWW.DEAF.NL



VERSLAG

1 INLEIDING



DEAF is een interdisciplinair festival en internationaal platform voor kunstenaars, wetenschappers, vormgevers, architecten, studenten van velerlei achtergronden, makers en ontwikkelaars, alsook een festival voor een breed publiek dat actuele maatschappelijk urgente thema's centraal stelt in de context van onze technologische cultuur. DEAF analyseert, bespreekt, presenteert en wil vorm geven aan nieuwe inzichten op actuele vraagstukken door deze enerzijds in een historisch perspectief te zetten en anderzijds door interdisciplinair en *out of the box* naar deze vraagstukken te kijken.

Een (inter)nationaal publiek van experts en geïnteresseerden in eCultuur hebben tijdens DEAF elkaar ontmoet, kennis en ervaring uitgewisseld, genetwerkt om de volgende stap in hun ontwikkeling te maken en partners gezocht voor nieuwe producties en onderzoek.

Kunst, vormgeving, mode, muziek, wetenschap en technologie worden in het DEAF programma moeiteloos met elkaar gecombineerd via speelse, visionaire en kritische projecten. DEAF presenteert wat op dit moment door kunstenaars en ontwerpers ontwikkeld wordt en hoe hun onderzoek kan bijdragen aan het innoveren van de kunsten in het bijzonder en de samenleving in het algemeen. Om het programma vorm te geven wordt nauw samengewerkt met collega instellingen in het binnen- en buitenland.

DEAF maakte oorspronkelijk deel uit van het programma van V2_ en werd in 2011 verzelfstandigd en verbreed tot een platform voor eCultuur. V2_ is en blijft echter nauw betrokken bij DEAF en zal de komende jaren de motor voor de inhoudelijke ontwikkeling van het festival blijven. Financieel zijn de banden tussen V2_ en DEAF echter wel doorbroken; waar V2_ in 2012 DEAF nog fors financieel ondersteunde

was dit in 2014 niet het geval. Dit hield in dat DEAF haar doelen moest bereiken met een, gezien de ambities relatief bescheiden budget.

DEAF heeft in 2014 haar doelen o.a. middels een nauwe samenwerking met haar twee hoofdpartners V2_ en Het Nieuwe Instituut weten te bereiken en kan terugkijken op een zeer geslaagde editie met sectorbrede samenwerkingspartners en een goede publieke opkomst.

In dit inhoudelijk verslag treft u alle informatie over de programma onderdelen en de cijfers en feiten van DEAF 2014. DEAF heeft er nadrukkelijk voor gekozen om het festival in een compact gebied in het centrum van Rotterdam te laten plaats vinden en heeft met 3 prominente locaties in het hart van deze stad, Het Nieuwe Instituut, V2_ en Arminius, haar programma aan de bezoekers getoond.

Ik bedank alle fondsen, partners, sponsors en andere financiers die hebben bijgedragen aan het succes van deze editie. Zonder hen was deze editie niet mogelijk geweest. Daarnaast spreek ik grote dank uit aan het voltallige DEAF team en de grote hoeveelheid vrijwilligers die een uitzonderlijke prestatie hebben geleverd om deze editie mogelijk te maken.

Namens het hele DEAF team,

Tim Hoogesteger

2 EXHIBITIONS

2.1 DEAF's Thematic Exhibition 'The Progress Trap'

DEAF2014's exhibition was a critical reflection on the shallow gloss of our current techno-centric notion of progress through the notion of a 'progress trap'; the condition human societies experience when, in pursuing progress through human ingenuity, they inadvertently introduce problems they do not have the resources or political will to solve, for fear of short-term losses in status, stability or quality of life.

The artworks in the thematic exhibition titled [The Progress Trap](#) spoke to multiple levels of this trap: Firstly, the belief that technology is our savior, such as embodied by the work *The Blind Robot* by Louis-Philippe Demers, that shows what more intimate relationships to our technologies feel like as a robot intimately touches your face, or Boris Petrovski's *Das Vergerät*, in which a display of a 100 household appliances confront us with the relatively simple problems technology relieves us from. Secondly, the exhibition spoke to our alienation from the production of technology, such as illustrated by the work *75W* by Cohen van Balen in which an object is designed with the sole purpose of choreographing Chinese factory workers. Thirdly, the exhibition featured works that related to half-hearted rebellions against the progress trap, such as the Utopian destinations featured in Alicia Framis' *Departure Board* or the *Preppers Room* that was installed in the exhibition space, and our desires to escape the trap, such as illustrated by Lucas Foglia's photographic study *A Natural Order*. After going through these levels by viewing all the works on exhibition, visitors would typically began to wonder what to rely on if technology is not the answer to our problems. Upon exiting the exhibition space a small cue was given to the visitors, as a small monitor revealed that *The Blind Robot* was not a robot after all, but operated by a human being.



Overall the exhibition was perceived as conceptually thought-provoking as well as an entertaining experience, serving both the expert and general audience target

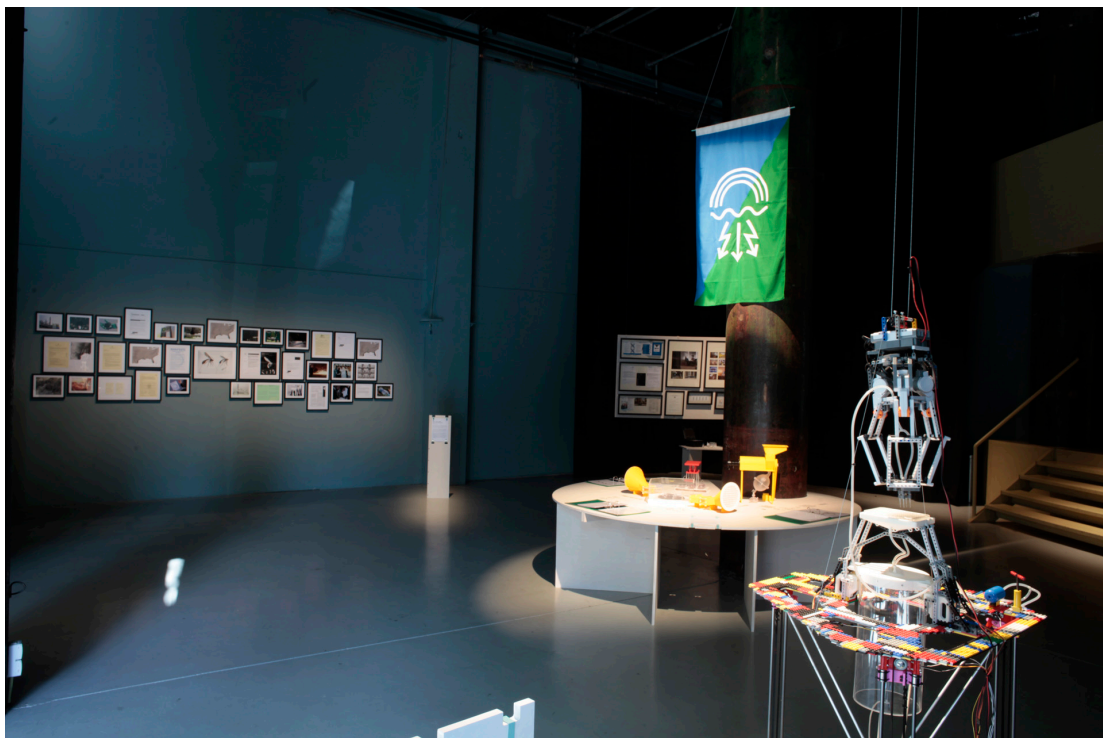
groups. It also succeeded in the ambition to bring together a collection of works from very diverse fields, ranging from photography to design, around a strong core of media artworks, and mixed iconic works of art with brand new productions. These combinations and values will certainly be part of the starting conditions for the curatorial process of DEAF2016's thematic exhibition.

2.2 Blueprints of the Unknown Exhibition at V2_

I.s.m. V2_ , Superflux, Tobias Revell, Raphael Kim, Revital Cohen & Tuur Van Balen, Studio Nand, David Benque

This exhibition has investigated the gap between the promises of engineering biology and the complex and conflicted world we live in. Each scenario was set in a very specific context, ranging from healthcare to green politics and bonsai grooming, and has probed the potential impact of biotechnology on society and culture.

Blueprints for the Unknown is a project by Design Interactions Research at the Royal College of Art in London, as part of the European art-science programme Studiolab. Blueprints for the Unknown website <http://studiolab.di.rca.ac.uk/> Design Interactions Research <http://di.research.rca.ac.uk/content/home>



3 KEYNOTES

3.1 Ronald Wright

Keynote title: The Progress Trap

Ronald Wright, born in England, and living in Canada, is a historian, and the award-winning author of nine books published around the world in 16 languages. His books include the 2004 international bestseller *A Short History of Progress* (Kleine geschiedenis van de vooruitgang, Cossee 2006), which inspired Martin Scorsese's recent documentary film *Surviving Progress*, shown at the IDFA, Amsterdam, in 2011 (see survivingprogress.com). Among his other books are the histories *Stolen Continents* and *What is America?*, and the dystopian novel *A Scientific Romance*.

The past two hundred years have brought such runaway growth in human numbers, consumption, and technology that our 'experiment' with civilization now threatens to overwhelm the natural world on which it depends. We must choose between a world out of control --in which billions will fight over dwindling land, food, water and other resources --or one in which we take control of our drives and agree on universal rules of order by which civilization can endure in peace, justice, and shared plenty.

Drawing on his bestselling book and Massey Lectures "A Short History of Progress", in which he coined the term 'progress trap', Ronald Wright his keynote was a meticulous investigation into the different actors and causes that lead up to a progress trap. He discussed how our modern social and environmental crises stem from patterns of progress and disaster that are old as civilization itself.



3.2 Adam Greenfield

Keynote title: At the End of the World, Plant a Tree: Practices and Considerations for the Twilight of Human Time

Adam Greenfield is a renowned writer and critical futurist in the realms of urbanism, computing, and pervasive technologies. He is currently the inaugural Senior Urban Fellow at the London School of Economics. Adam's writing, including *Everyware*, the highly influential book on ubiquitous computing, has inspired a generation of thinkers on the border of technology and culture. His influential status and highly relevant thoughts on the future of our urban environment, which will be the key landscape on which the future of the progress trap will be written, made choosing him as a keynote a clear choice.

Adam's keynote was a tour de force which romped through film history, contemporary science and economics, performance art, and much more. It provided a dark vision of how far along we are into the clutches of the progress trap and how only our last impulses of humanity will be able to dig us out: collective action, for example. Adam's keynote generated a heated post-lecture Q&A and ongoing discussions at the festival after his talk among attendees.

3.3 Alexa Clay

In her talk, economic historian Alexa Clay brought attention to misfits in the black market, underground and fringe economies, that actively pose threats to some of our ideas of progress. Clay showed how the gangsters on the corners of Cape Town townships, Mumbai slums, and rough New York City neighborhoods, the young hackers on the digital frontlines of the virtual world and the pirates of the 18th century high seas, hold some of the most valuable thoughts to true progress. Presenting research from her forthcoming book, *The Misfit Economy*, Clay showed how we can learn from these outliers to challenge our current system and thinking, and how the strategies and philosophies operating on the fringe should be seen as a valuable source of innovation.

4 THE EVENINGS OF...

4.1 The Evening of Fuller / McLuhan

A performance based on the ideas of the legendary thinkers Buckminster Fuller and Marshall McLuhan, by Van den Hil / Zipson / Franzen / Debackere.

The ideas of Buckminster Fuller and Marshall McLuhan have had an enormous influence on how we think about the future and our place in a technological world. Through a theatrical reproduction of historical lectures some of their key concepts are projected in the now.

Buckminster Fuller is hard to classify. He is either engineer or architect or inventor or discoverer or geographer or mathematician or all of these. He was born in another century, and it seems clear that he is working on ideas which relate to the next century. In his own words, one could say he is a 'Comprehensive Man'.

Television is cool and radio is hot, that's the message, and the medium is Marshall McLuhan. Like most of McLuhan's writing, his statements are pithy, apparently simple and provocative to the point of being outrageous. Marshall McLuhan studies the media as a way of understanding what makes us live the way we do. He is concerned with all media but he is best known as the prophet of the electronic revolution.

4.2 The Evening of... Angelo Vermeulen

During this evening Vermeulen and his special guests examined the ambitious dream of long-term space travel aboard evolvable starships from the perspective of participatory systems, biological factors, design and engineering.

Designing a starship is a unique challenge. It's a contained space that demands the need for a total physical ecosystem, but also a carefully balanced social system. Technological, biological, and social systems would have to work in harmony for such ambitious missions to succeed. The role of artists and art in making these systems robust, evolvable and livable, was highlighted throughout the evening's discussions and presentations.

NASA economist [Alex MacDonald](#), curator [Sarah Cook](#), and researchers [Caroline Nevejan](#) and [Prof. Frances Brazier](#) provided insightful commentary on participatory systems in art and science throughout the evening, following Angelo Vermeulen's introductory presentation on his work and practice. Artist and mathematician [Valery Vermeulen](#) provided a musical interlude, featuring live audio performance based on real-time radio astronomical signals. The evening was co-presented with Amsterdam-based Flemish cultural centre the Brakke Grond.

The programme was well-balanced and provided a range of views on the topic through different lenses: artistic, curatorial, academic, scientific. Presentation partner the Brakke Grond was an ideal collaborator and provided excellent PR support in particular. The musical performance in the middle of the evening provided an essential break from what was a very dense programme of talks, striking the right balance. A possible future consideration could be to include more of these types of breaks with different media.

5. FORUM PROGRAMMA

Het Forum programma was de titel van de programmering die overdag plaatsvond in Het Nieuwe Instituut, van 10 uur tot 17 uur. Dit vond plaats van 22-24 mei 2014. Het forum programma had als doel om debat rondom het thema van DEAF te stimuleren door middel van lezingen, presentaties en paneldiscussies. Per dag was er een thema, die binnen het overkoepelend thema van The Progress Trap viel. Op die manier konden bezoekers kiezen om een hele dag het festival bij te wonen en verdieping meemaken rond 1 thema gebied, naast het bezoeken van de tentoonstelling en andere programmaonderdelen (het avondprogramma). Dit werd aangevuld met 'ontbijt sessies' en lunch sessies in het foyer, waarbij experts die betrokken waren bij DEAF (kunstenaars uit de tentoonstelling, curatoren en sprekers) over hun werk praatten met de bezoekers in een 'tv show' setting.

Doelstelling van het Dagprogramma

- Kennisontwikkeling & -deling.
- Combineren van kritische reflectie met echt doen en ontwerpen.
- Het stimuleren en ontwikkelen van relevante vormen van samenwerking tussen verschillende (culturele) domeinen & sectoren (vormgeving, architectuur, kunst, politiek), op het gebied van technologische cultuur en –innovatie.

Doelgroepen: verschillende dagen

Het publiek van DEAF was grofweg onder te verdelen in twee groepen.

De eerste groep bestond uit kunstenaars, vormgevers, ontwikkelaars, academici en andere deskundigen uit verschillende kennisdomeinen die al ruimschoots bekend zijn met (een deel van) de thema's en onderwerpen die worden aangesneden. Dit publiek is gedeeltelijk internationaal, gedeeltelijk nationaal. Internationaal publiek is met name digitale media kunst en technologische cultuur kenners, kunstenaars en programma makers/onderzoekers. De tweede categorie was het bredere publiek dat voornamelijk afkomt op de expositie en het performance programma. Zij komen naar het festival uit persoonlijke interesse of als onderdeel van hun opleiding.

Voor de verschillende onderdelen van het dagprogramma richtten we ons primair op de eerste groep mensen & bezoekers van het festival, aangevuld met specifieke netwerken per dag: op basis van gasten en onderwerpen bedienden we een groot spectrum aan netwerken dat we gericht uit zullen nodigen per dag, want veel bezoekers, ook professioneel, komen één dag naar DEAF. De andere, grotere groep moet even goed aangesproken worden, zeker door de meer toegankelijke activiteiten in het café, en een deel van hen werd ook verwacht bij een keynotes en workshops.

De dagprogrammering was een mix van theorie en praktijk, van informeel en luchtig tot kritisch-theoretisch. We wilden zoveel mogelijk theorie mengen met how-to, kennis toepasbaar maken (praktijk onderzoek).

Dag thema's

Iedere dag had een thema dat als rode draad door de programmering heen liep. De thema's hielpen om keuzes te maken, diverse netwerken gericht in te zetten en uit te nodigen.

22 mei Unprogrammable Behaviour seminar en 2 working sessions: Inner Market en Learning to be Human

23 mei Drones Salon en Drones presentaties/demonstraties

24 mei DIY Altopia dag met working session Circular Economy

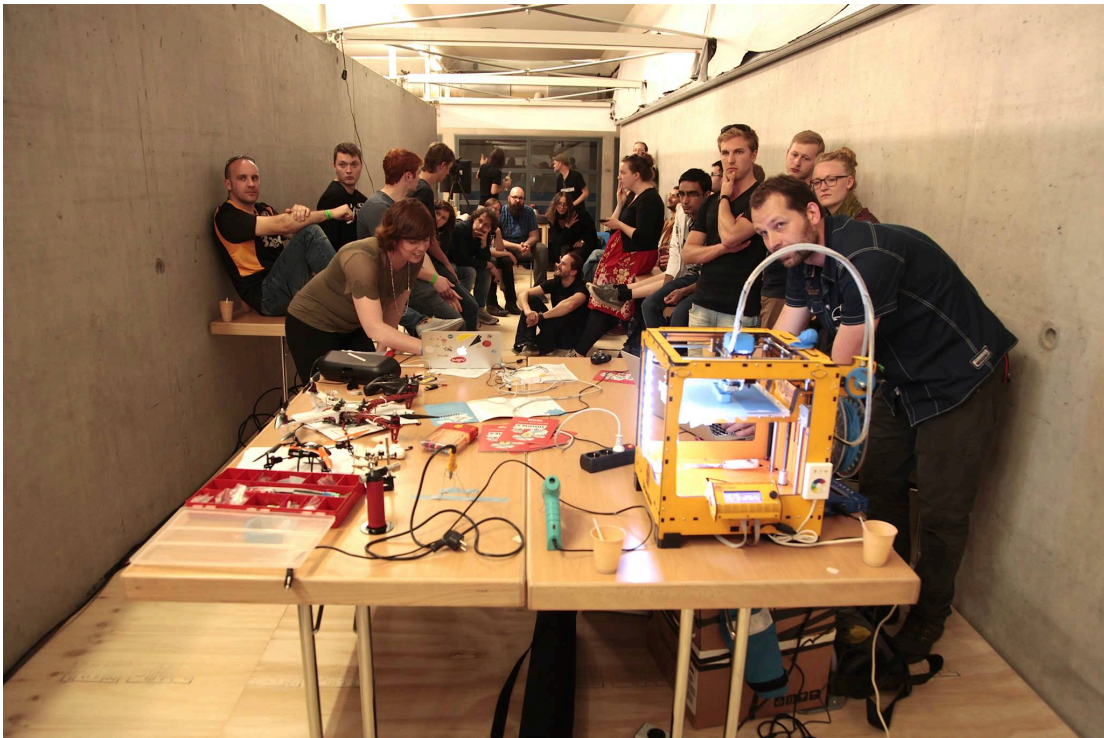


DEAF 2014 heeft deze thema's middels keynotes, seminars, toolkit sessions, Breakfast sessions en TV lunches aan het publiek gepresenteerd en heeft hierin o.a. de volgende organisaties en sprekers betrokken: Rinie van Est (Rathenau Inst.), Thomas Klinkowstein(Media A), Malkit Shoshan, Anab Jain (Superflux), James Auger (The Royal College of Art), Chris Cerrito (Exploratorium San Francisco), Floris Schiferli (Superuse Studios).

Het Forum programma was een succes. Een hoog niveau aan inhoud en internationale sprekers leverde waardevolle discussie en kennis over thema onderdelen die als zeer actueel werden ervaren, met name ook vanwege een interdisciplinaire keuze van sprekers. Het programma trok een breed publiek, met opvallend veel internationale studenten.

6 ZAAL 3

In Zaal 3 van Het Nieuwe Instituut werd door diverse programma partners programma ontwikkeld. Er was een expositie van de Willem de Kooning Academie en het Piet Zwart Instituut getiteld 'In Progress' en inging op het thematiek van DEAF 2014. In de Makers' Space vond het Extended Senses Lab plaats, georganiseerd door Fiber, een Workshop Dornes Design , georganiseerd door Het Nieuwe Instituut en op 24 mei presenteerde WORM haar nieuwe, door de Europese Unie en het Stimuleringsfonds ondersteunde, project Superglue.



7 PERFORMANCE PROGRAMMA

Het performance programma van DEAF 2014 bestond uit:

- vier avonden met muziekprogrammering i.s.m partners Today's Art, Roodkapje, WORM, Le Lieu Unique en STEIM
- twee filmprogramma's i.s.m. Kino Kino
- kunstwerk in de openbare ruimte

Met artiesten en collectieven uit het binnen- en buitenland heeft het performance programma een breed spectrum aan elektronische muziek, visual arts en film laten zien. Een van de doelstellingen van het festival, om samen te werken met andere partijen uit de eCultuursector en andere sectoren kwam in dit performance programma sterk tot uitdrukking.

Iedere festival avond werden op Het Nieuwe Instituut DEAF beelden geprojecteerd en kwam het lichtkunstwerk SPAWN van Jonas Vorwerk in de vijver van de hoofdlocatie tot leven.

Kunstenaars David Louf, Joris Strijbos en Marco Broeders hebben DEAF 2014 elke festivaldag verlicht middels analoge projecties, videomapping en lichtinstallaties.



<http://www.jonasvorwerk.nl/news/spawn/>

7.1 Muziekprogramma

Woensdag 21 mei

Op de openings avond was Loup Barrow te gast met het zeer bijzondere instrument de 'Cristal Bachet'. Dit optreden leverde met zijn atmosferische klanken een inspirerende toon tijdens de zeer drukbezochte openingsavond.



<http://www.loupbarrow.com/>

Donderdag 22 mei

Big Data Poetry

20:00-21:30

Locatie: Het Nieuwe Instituut Auditorium

Big Data Poetry is een audiovisuele voorstelling waarbij Michel Banabila samples uit diverse linguïstische systemen omvormt tot soundscapes, terwijl Geert Mul miljoenen willekeurig gedownloade beelden aan elkaar weeft tot een stop koton animatie.

<https://vimeo.com/geertmul/cloudofidentity>

Donderdag 22 mei

STEIM presents Sybren Danz & Peter Edwards

21:00-22:00

Locatie: Het Nieuwe Instituut Foyer

Edwards gebruikt zijn handgemaakte analoge geluid en licht synthesizers om sonische, visuele en fysieke muziek te creëren. Danz heeft het Black Box Modular synthesizer systeem van STEIM nieuw leven ingeblazen en deze zal een belangrijke rol innemen tijdens zijn performance.

Donderdag 22 mei

Roodkapje presents Noodlebar

22:00-23:00

Locatie: Het Nieuwe Instituut Foyer

Uit het vaste programma van Roodkapje presenteerde Noodlebar drie muzikanten die hun weg weten te vinden met modulaire systemen en analoge synths: Falafelbiels, Mono-poly en Das Ding Modular.



Vrijdag 23 mei

JD La Rue & Furillo

21:00 – 23:00

Locatie: Het Nieuwe Instituut Foyer

<http://deaf.nl/PROGRAMME/events/jd-larue-furillo-system-steady>

Vrijdag 23 mei

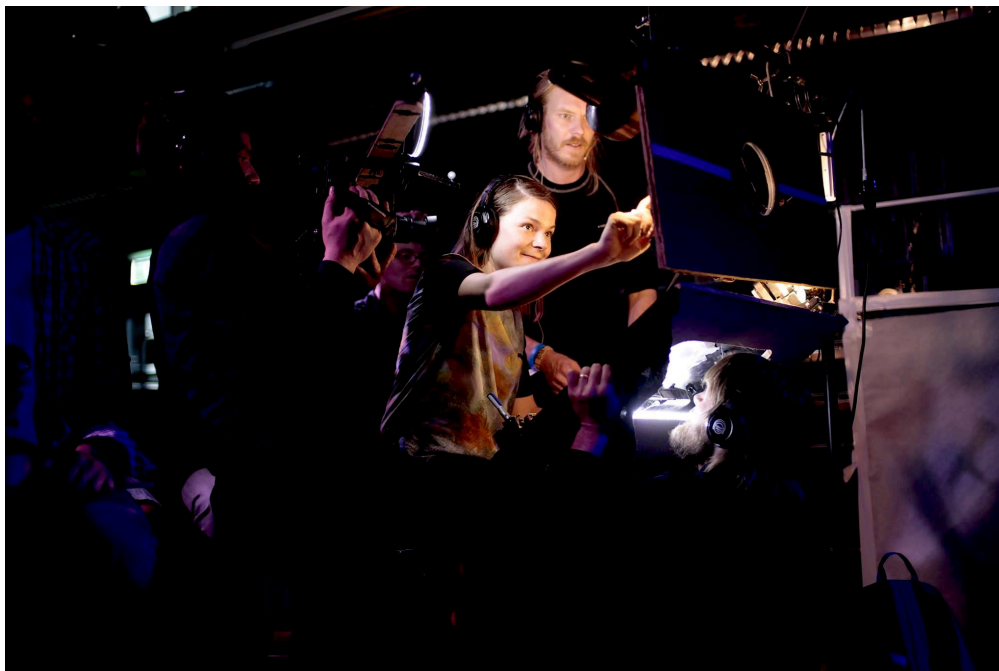
PIPS: lab

18:30 - 19:30 en 21:00 - 22:00

Locatie: Het Nieuwe Instituut Bibliotheek

PIPS: lab liet tijdens DEAF Potator zien, hun nieuwste uitvinding. De interactieve installatie maakt het mogelijk met visuele lagen van de realiteit driedimensionaal te schilderen. In deze sessies kon je zomaar getuige zijn van de schepping van een vliegtuig. In de Potator performances zet PIPS:lab zichzelf roekeloos klem tussen schilderkunst, theater, cinema, games en muziek.

<http://www.pipslab.org>



Zaterdag 24 mei

DEAF 10th edition Anniversary Party



Op zaterdag 24 mei stond het gehele performance programma ihkv de 10^e editie van DEAF. Zowel visueel als muzikaal werden de bezoekers op een zeer druk bezochte avond en nacht ondergedompeld in DEAF 2014.

Artiesten/collectieven die deze avond aan het roer stonden:

-Serge (Clone)

Deze oprichter en eigenaar van platenlabel en platenzaak Clone in Rotterdam vindt de meest gerespecteerde namen uit de scene die in stijl variëren van classic house tot pompende basement tracks en rudimentaire electro.

www.clone.nl

-Alkaloid LIVE

Alkaloid begon als een soloproject van Rob Kanters, nu werkt hij samen met Tom Besuyen (zang) en David van Gils (gitaar/effecten). Tijdens DEAF zorgde dit voor een intense atmosfeer met veel ruimte voor live soundscape improvisatie met een fundament van sub-base lagen en abstracte beats.

-Orgue Electronique LIVE

De allesomvattende benadering van muziek van Orgue Electronique is gebaseerd op talloze genres, geluiden en scenes die worden omgezet in frisse, analoog geïnspireerde ideeën.

-Mr Pauli LIVE

Mr Pauli heeft een indrukwekkende discografie opgebouwd en verscheen op gerenommeerde labels als Clone, Viewlexx en Moustache Records. Zijn live sets zijn altijd echt live, dat wil zeggen: geen voorgeprogrammeerde sequences op bijhorende laptop, maar real time actie achter de (analoge) knoppen.

-Optical Machines - (SHIFT)

(SHIFT) is een live show waarbij lichtbeelden ter plekke gegenereerd, gemanipuleerd, gemixt en geprojecteerd worden. De interactie tussen beeld en geluid is tweeledig: de soundtrack beïnvloedt het beeld en vice versa. Een soort doos van Pandora, een koffer met een batterij aan lichten, vormt de basis van een spel met patronen en abstracte animatie.

-PIPS:lab LIVE Jam

PIPS:lab presenteerde tijdens deze closing night een live jam versie van de Potator in de bibliotheek van Het Nieuwe Instituut.

-The Infamous Mudclub

-Seutek

7.2 DEAF Cinema

23 & 24 mei, 19:30 - 21:00

Locatie: Het Nieuwe Instituut Auditorium

Er is niet veel fantasie voor nodig om de verstrikkende verleiding van vooruitgang te zien, die bestaat uit onhoudbare morele en materiele verwachtingen. Toch blijven we in de ban van deze mythe waarmee we onze paradigma's overeind houden.

Voor het filmprogramma heeft curator Peter Taylor (Kinokino) twee filmprogramma's samengesteld die op zeer eigenzinnige wijze op de thematiek van DEAF 2014 ingingen.



8 PUBLICATIE

Giving and Taking

How to Cope with Greed Culture

Giving and Taking is een collectieve poging om de immateriële waarde van kunst en samenleving vast te stellen. In de breedste zin gaat het om de vraag waar kunst over gaat en wat kunst wil bereiken.

Joke Brouwer, Arjen Mulder, Sjoerd van Tuinen, V2_Institute for the Unstable Media, Rotterdam. Contributions from: Peter Sloterdijk, Michel Hénaff, Zygmunt Bauman, Joris Luyendijk, Lewis Hyde, Henk Oosterling, Lars Spuybroek, Reimar Schefold, Frank Vande Veire, Arjen Mulder

9 SATELLIET PROGRAMMA

9.1 Beijerkoppen

by Toine Horvers and Paul Cox, in collaboration with V2_Lab

Locatie: Bijerlandse laan Rotterdam-Zuid

Beijerkoppen is een kunstproject in de openbare ruimte bestaande uit drie LED-schermen op een nieuw gebouw in een multiculturele wijk in Rotterdam zuid die in real-time portretten tonen van televisie nieuwslezers.

www.v2.nl

9.2 Off the Press: Electronic Publishing in the Arts

22-23 mei Locaties: Museum Boijmans van Beuningen & WORM

<http://zinecamp.hotglue.me>

Twee dagen vol workshops over de huidige stand van zaken met betrekking tot elektronisch publiceren onder leiding van het Instituut voor Network Cultures.

9.3 Zine Camp

24 - 25 Mei, Locatie: WORM

<http://digitalpublishingtoolkit.org/2014>

Internationaal zinecamp voor makers, waarbij twee dagen lang zines worden gemaakt in de breedste zin van het woord: met de kopieermachine, schaar en verf, maar ook met cassettes, op film en audio.

9.4 ASMR, By Petra Cortright (US, 1986)

Locatie: MAMA, www.showroommama.nl

MAMA presenteert een solotentoonstelling van de jonge kunstenaar Petra Cortright. Haar meest recente YouTube performances worden getoond. Hierin staan zijzelf en haar eigen lichaam centraal. Naast de videowerken werden er nieuwe digitale prints vertoond die speciaal voor deze tentoonstelling worden geproduceerd.

10 MARKETING EN COMMUNICATIE

Doelstelling

De marketing communicatie doelstelling was driedig, met als kernbegrippen: kwaliteit en betrokkenheid.

1. Optimale merkbekendheid (opmerkzaamheid)
2. Behalen van een optimaal aantal bezoekers
3. Optimale media-aandacht.

Doelgroepen

Bij elke keuze is er de afweging gemaakt om een zo goed mogelijke balans te vinden om 'open' en toegankelijk te communiceren; uitnodigend richting een breed en divers publiek en informatief richting het (inter)nationale professionele vakpubliek. Als professionele doelgroepen werden aangemerkt: kunstenaars, ontwikkelaars, academici en deskundigen uit het onderwijs, bedrijfsleven en de overheid, zowel gearriveerde professionals als de nieuwe lichter (relatief jong of student). Maar ook de opiniërende (vak)media die de laatste ontwikkelingen op de voet volgt. Als breed en divers publiek werd aangemerkt de kunst- & cultuurliefhebbers die bereid zijn om te reizen (van buiten de stad) en wonend in Rotterdam.

Publieksonderzoek¹

Om een goed beeld van 'de DEAF bezoeker' te krijgen en om komende jaren MCPR keuzes te maken die hierop zijn afgestemd, is dit jaar is een publieksonderzoek uitgevoerd i.s.m. Rotterdam Festivals en Hendrik Beerda Brand Consultancy. Terugkijkend, blijkt uit de onderzoeksresultaten dat er veelal de juiste marketingkeuzes zijn gemaakt.

Bezoekers

DEAF2014 heeft 8.000 bezoekers (lees bezoeken) geteld in de periode van de biënnale van 21 mei tot en met 9 juli 2014. De biënnale was van 21 t/m 24, hoofdtentoonstelling *The Progress Trap* in het Nieuwe Instituut was te bezoeken tot en met 9 juli 2014.

Hoofdparters

Het partnerschap met Het Nieuwe Instituut heeft ongetwijfeld meegeholpen om DEAF binnen korte tijd onder de aandacht te brengen bij hun achterban. Dit geldt evenzo voor V2_Instituut voor de instabiele media. Beide hoofdparters worden (h)erkend in het publieksonderzoek als hoofdparter, V2_ door 90% en Het Nieuwe Instituut door 71% van de bezoekers. De programma's van de hoofdparters werden goed tot zeer goed gewaardeerd: het forumprogramma kreeg een waardering van gemiddeld een 8.5, de expositie van V2_Blue Prints for the unknown een 7.2 (op schaal van 1/10).

Programmaparters

¹ Voor een volledige overzicht van het publieksonderzoek wordt verwezen naar bijlage 3.

De programmapartners hadden een goede (h)erkenscore bij het publiek. Het publieksonderzoek wees uit dat WORM door 53% van het publiek werd erkend als partner, STEIM door 35%, Arminius door 34% en Today's Art door 31%. De betrokkenheid van de partners was groot. Er is zo goed mogelijk met de programmapartners samengewerkt om hun achterban te mobiliseren en viceversa. De onderlinge berichtgeving via de digitale media (website, social media, nieuwsbrieven) was op deze korte termijn het meest geschikt. De partners hebben wezenlijk bijgedragen aan de mond-tot-mond reclame en het mobiliseren van het eigen publiek. Ook zijn er acties uitgezet onder opleidingen.

Fondsen en grootstedelijke partners

Ook de fondsen en grootstedelijke partners werden in het publieksonderzoek (h)erkend als partner; de Gemeente Rotterdam door 55%, het Stimuleringsfonds 48%, het Mondriaanfonds 39% en Rotterdam Festivals 34%. Het Stimuleringsfonds heeft de eigen activiteit naar de vloer van 'het festival' gebracht en hierover zelf in de media bericht.

Rotterdam Festivals was erg betrokken, behulpzaam en heeft goed meegedacht, een aantal marketingactiviteiten op Rotterdamse bodem is mede dankzij hen gerealiseerd. Ondanks dat de grootstedelijke agenda die op jaarbasis wordt gepland, mochten we toch - op last minute basis - gebruik maken van faciliteiten waarvan de kosten door hen werden gedragen (o.a. WOW-scherm, publieksonderzoek, redactionele aandacht in de Metro). Rotterdam Partners lijkt een logische partner, kijkend naar het (inter)nationale karakter en economisch belang van DEAF, helaas was het hiervoor te kort dag.

Imago DEAF

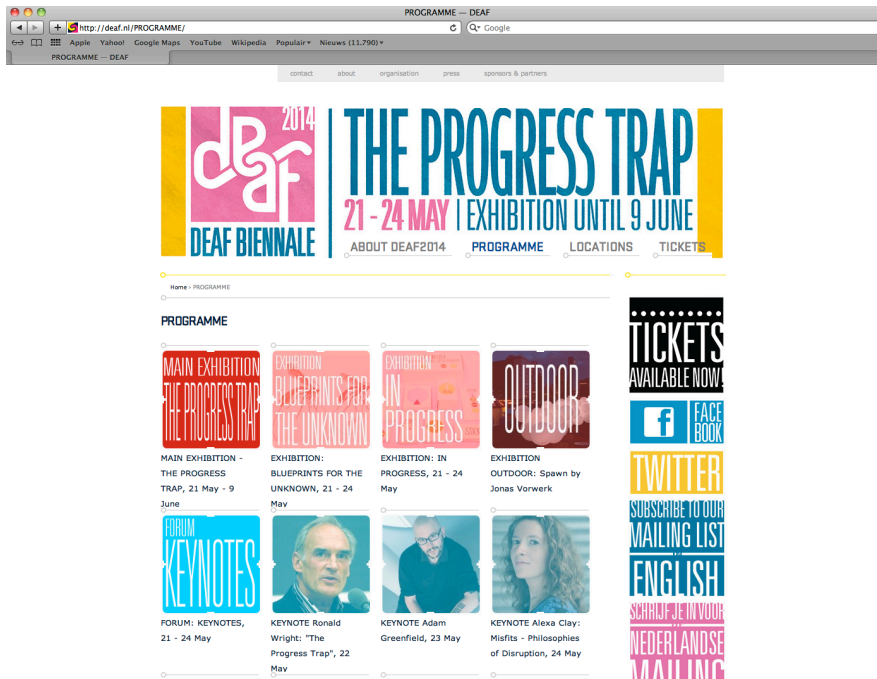
Het publiek heeft DEAF als organisatie beoordeeld in het publieksonderzoek. Het gaat om de totaalbeleving, van het merk, het programma en de voorzieningen. Het publiek lijkt kritisch (opbouwend). Op punten waar DEAF goed scoort is er ook direct een wens voor verbetering.

Middelen , Pers en Mond-tot-mond

Hieronder wordt een aantal punten van de marketing, communicatie en PR van DEAF2014 geëvalueerd en afgezet tegen enkele resultaten van het publieksonderzoek. [Zie voor het volledige overzicht van de online media, Bijlage 2.](#)

1. Website

De website staat op de derde plaats van de meest geraadpleegde informatiebronnen. Het profiel van de website bezoeker is conform Facebook en de (fysieke) bezoeker; 54% man en 46% vrouw. De website had in de periode januari t/m juni 2014 gemiddeld 250 unieke bezoekers (totaal 43.550) en 570 bezoeken per dag (totaal 99.180 bezoeken).

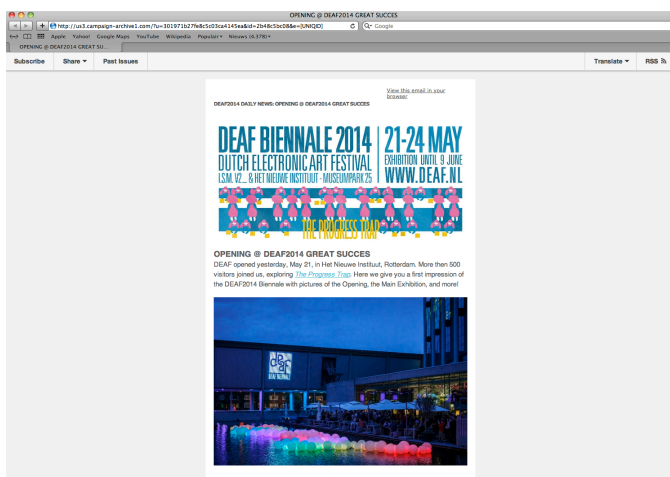


Figuur 1, www.deaf.nl

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief staat als meest geraadpleegde informatiebron, met grote afstand, op nummer 1: voor 46% van de bezoekers bleek dit de informatiebron. Het totaal aantal nieuwsbriefleden is 4.608 (Nederlands- en Engelstalig), gesegmenteerd naar: publiek (3.077), gasten & VIPS (388), pers (1.143). Het bestand is met 27% toegenomen, dit heeft met name te maken met het recentelijk toevoegen van interesse gerelateerde professionals en media.

De nieuwsbriefmodule werd gebruikt voor de Nederlandstalige en Engelstalige nieuws- berichtgeving, persberichten, uitnodigingen, oproepen tot deelname aan de Masterclasses, en was voor zo ver mogelijk gepersonaliseerd. De frequentie nam in aanloop naar DEAF toe en kende een dagelijkse update tijdens DEAF. De nieuwsbrieven werden met name door 'professionals' en VIPS geopend.



Figuur 2, Nieuwsbrief DEAF2014

Social Media

Social Media staat op een gedeelde nummer 3 van de meest geraadpleegde informatiebronnen. Facebook en Twitter werden beiden, qua berichtgeving, parallel aan elkaar ingezet. Bij Facebook is in de periode van januari t/m mei 2014 het aantal 'likers' met 1.000 toegenomen, van 1.946 naar 2.895. Ook het bereik van de berichtgeving is toegenomen met ruim 7.000 personen, van 2.867 naar 10.000 personen (vrienden van vrienden die de berichtgeving hebben zien). De dagelijkse fotoalbums en de dagelijkse nieuwsbrieven die werden gepost bleken het meest favoriet.

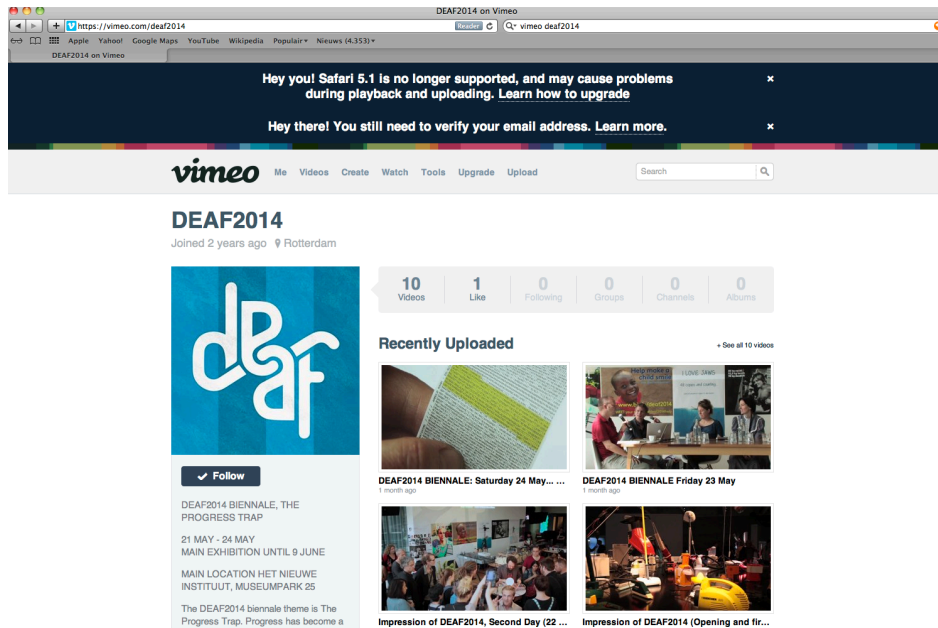
De man-, vrouw verhouding was gelijkend aan de website en het bezoekersprofiel van DEAF (46% vrouw, 51% man). Merendeels van de 'likers' is woonachtig in Nederland (1.381) en is Engelstalig ingesteld (937 US, 574 UK = 1.511) of Nederlandstalig (712). Er was een no (budget) advertentiebeleid, dit kan worden (her)overwogen in een volgende editie. Twitter kent geen statistieken, het aantal volgers staat nu op 1.089.



Figuur 3, [Facebook DEAF2014](#)

Video en film

Er is voor gekozen om actueel en (bewegend) beeld in te zetten en een video- en foto impressie te geven ten tijde van de biënnale. Ook is er een slideshow van de hoofdtentoonstelling ingezet. De video's en foto's maakten de dagelijkse updates levendig en behouden hun waarde voor in de toekomst richting (vak)publiek, partners en pers. Er is ook veel videomateriaal geschoten door kunstenaars en artiesten zelf, zie hiervoor bijlage 3 'In de media, een overzicht'. Er is een slag gemaakt door een volledige registratie af te geven Mits hier toestemming voor was), te zien op Facebook. Vimeo toont ook alle video's.



Figuur 4, Vimeo

Drukwerk

De inzet was om scherpe keuzes te maken aangaande het drukwerk. Gezien de kosten kon er niet een hoeveelheid aan drukwerk ontworpen, gedrukt en verspreid worden. Tegelijkertijd was het belangrijk om helder een eenduidig te communiceren. Daarom is er gekozen voor 1 flyer, 1 programmakrant en 1 posterbeeld (A2, A0).

Medium	Oplage	Distributie	Leverancier
Flyers (A5)	20.000	Rotterdam, Den Haag, Amsterdam, Eindhoven.	Flyerman
Affiches (A2)	250	Rotterdam	Car Flyerman
Affiches (A0)*	500	Rotterdam, Den Haag, Amsterdam	Car Centercom
Programmakrant (Tabloid)	6.500	Rotterdam	Flyerman

Figuur 5, drukwerk aantallen en distributie, eerder was er nog een pre-flyer ingezet.

De programmakrant moest uitnodigend en toegankelijk zijn (voor een breed kunst- en cultuur publiek) en de kwaliteit van een catalogus uitstralen voor het vakpubliek. Het affiche opvallend tussen het andere culturele aanbod 'geweld', toegankelijk zijn en 'biënnale-like'.

Kijkend naar het publieksonderzoek, is de affichering niet als zodanig opgemerkt als bijvoorbeeld Facebook, Twitter of de website. Maar zeker ondersteunend en

waardevol voor de (sfeer)beleving op straat en de zichtbaarheid van de partners. Ook laat het (vak)publiek van DEAF zich, leest het onderzoek, informeren door een meer persoonlijke aanpak, zoals uitnodigingen en e-mailings. 20% van de bezoekers komt van buiten Nederland. De affichering is voor hen niet aanleiding om DEAF te bezoeken, die keuze was al gemaakt.

Aankleding

In de buitenruimte en in de binnenruimte is er extra ingezet op zichtbaarheid. Via Rotterdam Festivals kon de DEAF2014 trailer kort voorafgaand en tijdens DEAF getoond worden op het WOW scherm, het digitale kunstkanaal in de buitenruimte van het centrum van Rotterdam. Op de grotere NS stations in Nederland heeft Rail TV een special getoond, vanaf 2 weken voor aanvang van DEAF.



Banieren sierden bij de entrees van de DEAF-locaties Arminius, V2 en het Nieuwe Instituut, laatstgenoemde had als hoofdlocatie een groot geveldoek. In de foyer van Het Nieuwe Instituut werd een doorlopende presentatie getoond op informatieschermen (tv's) en via een grote projectie in de centrale hal. Deze presentatie gaf een 'slideshow' van alle programmaonderdelen, gemaakt in dezelfde stijl als de DEAF-campagne.



Figuur 8, Banieren en geveldoek op locatie, Het Nieuwe Instituut

Pers (Media)

DEAF heeft de nationale en internationale pers bereikt. Digitaal is er veel aan kwalitatieve aandacht geweest. DEAF is door de internationale pers goed bezocht. *Liberation* heeft o.a. aan DEAF een groot artikel gewijd (printuitgave). Voorartikelen in kwartaal, maand- en weekbladen (print) waren er niet tot minimaal, die deadlines liggen verder vooruit dan dat de aanstelling en dus de werkzaamheden zijn gestart. Wel is DEAF aangehaald in de agenda's of is er een korte aankondiging geweest in de (landelijke) dagbladen, zoals AD, NRC, Volkskrant en de Metro.

Een voorartikel in de Volkskrant heeft ondanks de samenwerking en de voorbereiding hiertoe, op het laatste moment geen doorgang kunnen vinden. Media die goede (inhoudelijke) aandacht aan DEAF hebben besteed zijn o.a. *Vice*, *The Creators Project*, *Metropolis M*, *Liberation*, *De Correspondent*, *Cultureel Persbureau*, *Kunstbeeld*.

Zie voor het volledige overzicht bijlage 3, 'In de media'.

Mediapartner

Dotsmagazine heeft zich aangemeld als mediapartner. Zij hebben hun digitale platform fysiek verhuisd naar het Nieuwe Instituut ten tijde van DEAF, waar zij kunstenaars en artiesten hebben geïnterviewd en verslag deden. Ook is er in hun magazine (alleen toegankelijk voor abonnees) redactioneel aandacht besteed aan het programma, zoals een artikel over Julie Mecoli. Via banners is er via hun digitale kanalen reclame gemaakt voor DEAF en we waren hoofditem in hun nieuwsbrieven. *Subbacultcha* heeft een full page advertentie geplaatst in hun (print)magazine, een

lezersactie uitgezet en banners geplaatst op hun digitale media. Als tegenprestatie konden zij hun magazine verspreiden op locatie.



Figuur 9, Dots Magazine, mediapartner DEAF2014

Acties

Met een aantal partijen is er acties uitgezet. Met als doel een groter publieksbereik maar ook voor de merkbekendheid. Rotterdam Festivals heeft kortingsacties gedaan onder hun publiek en er is Last Minute verkoop geweest via het Uitburo. Hostels in de stad hebben een aanbieding opgenomen in hun nieuwsbrief en posters opgehangen. Collegae instellingen en partners in Rotterdam en het land deden hetzelfde via hun digitale media. Acties en aankondigingen zijn uitgezet onder diverse opleidingen, mentoren en docenten in o.a. Rotterdam, Delft, Den Haag, Leiden en Amsterdam. Het publieksonderzoek gaf aan dat 5% van de bezoekers via een opleiding DEAF bezocht; is 3% meer dan in de sector (en segment)