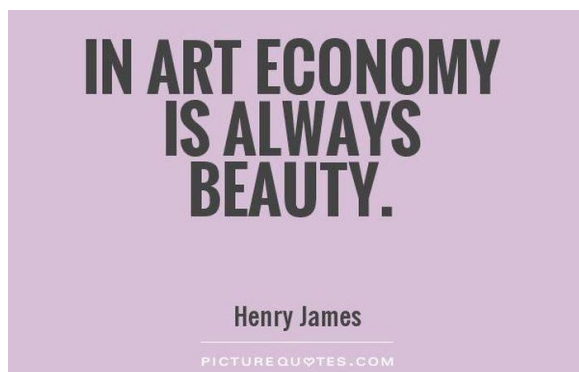


De kunsten de markt op? Begin met een gids

Wouter Hillaert

‘Er moet gewerkt worden aan samenwerking tussen de cultuursector en de markt.’ Dit ene zinnetje in het regeerakkoord zal niemand verrast hebben. Voor een ‘ondernemersvriendelijke’ regering is de markt nu eenmaal een evidentie. Nogal wat cultuurmensen zien dan meteen een schijnhuwelijk vol wolfsklemmen, maar de kwestie is allang niet meer *of*, dan wel *hoe* kunst en economie nader tot elkaar kunnen komen. Ook voor de bedrijfswereld is dat een vraag. Onder welke voorwaarden worden beide domeinen er beter van, en hoe kan de overheid daar een zinvol beleid rond voeren?

Het was een typerend moment, toen tijdens het kopstukkendebat in de Bourla – een week voor de verkiezingen van 25 mei – ‘cultuur’ en ‘economie’ met elkaar in verband werden gebracht. De discussie was aangezet vanuit een statement van Bleri Lleshi over de neoliberalisering van de samenleving, werd prompt doorgespeeld naar Jan Jambon van N-VA, die koudweg repliceerde dat *alle* cultuur toch een soort van economie is, waarop moderator Werner Trio hem besprong met ‘definieer economie!’ Noch over neoliberalisme, noch over cultuur en marktwerking werd daarna nog iets tastbaars uitgesproken. En zo gaat het wel vaker. Geheid zorgen concepten als ‘alternatieve financiering’, ‘creatieve industrieën’ en zelfs simpelweg ‘ondernemerschap’ voor spraakverwarring of zelfs stekelige dovemansgesprekken.



Hoelang is die luxe van het onbegrip de (podium)kunsten nog vergund? Het ligt in de stroom der dingen, en in de liberale partijvisie van de nieuwe cultuurminister, dat de hete adem van de markeconomie nog feller in de nek van de kunsten zal komen blazen. Ook al meldde Sven Gatz begin september in *De Standaard* dat hij geen Nederlandse politiek beoogt – flink hakken in de subsidies en het gat proberen te vullen met privégeduld – wel las het verkiezingsprogramma van Open VLD als één uitgestoken hand naar de markt: uitbreiding van de tax shelter, inzetten op bedrijfsmecenaat, private spelers aanmoedigen om in cultuur te investeren, culturele spelers stimuleren om zelf meer eigen inkomsten te zoeken ... ‘De financieringsvormen die afwijken van de traditionele subsidiëring, moeten uitgebreid worden.’ Wat er ook van komt, vandaag kan je als sector maar beter zelf je discours

en je voorwaarden scherpstellen, voor je overvallen wordt door keuzes van hogerhand. Bestaat er een alternatief voor koudwatervrees?

De clichés voorbij

In se had Jan Jambon gelijk. Alle kunst is economie. Alleen heeft de Vlaamse (en westerse) autonomiegedachte rond kunst in onze hoofden een vreemde muur opgetrokken tussen vrije artistieke expressie en economische wetmatigheden. Daarom vinden we cultuurmanagement een vies kantje hebben. Daarom kan ongesubsidieerde kunst in onze visie nooit echt artistieke topkwaliteit hebben. Deze mentale constructie geldt wellicht vooral in de podiumkunsten, maar ook in de literaire wereld en de beeldende kunst – die veel natuurlijker in aanraking komen met commerciële principes – bots je op zulke denkbeelden. We zijn ervan doordrongen: geld is de dode hoek van de ware kunst. En ondertussen zijn we met niets anders bezig, lijkt net geld het hele artistieke bedrijf te sturen. Logisch: alles is nu eenmaal economie, en economie is overal, ook in systemen met staatsubsidies als basis. Dat is een open deur, maar mentaal blijkt ze toch nog vaak gesloten. En dat speelt in het eigen nadeel van de kunsten. Ons psychologische afweersysteem, onze illusie dat kunst vrij kan zijn van economie, heeft er mee voor gezorgd dat deze maatschappij alleen nog maar over economie denkt in *markteconomische* termen.

Onze illusie dat kunst vrij kan zijn van economie, heeft er mee voor gezorgd dat deze maatschappij alleen nog maar over economie denkt in *markteconomische* termen

Dat wantrouwen geldt overigens niet alleen bij de kunsten. Ook de bedrijfswereld kampt met manke vooronderstellingen, gebaseerd op vaak nog romantischer ideeën over kunst dan in de kunstwereld zelf. Zo zouden kunstenaars regelloze chaoten zijn, die met hun dromerige aard te ver afstaan van de strakke (bedrijfs)realiteit. ‘Echte ondernemers houden zich beter ver weg van alles wat naar kunst ruikt’, zo klonk eerder dit jaar een reactie op een artikel in *De Tijd* over kruisbestuiving tussen kunst, technologie en ondernemerschap. Want: ‘je bouwt geen zaak op met dat soort extreemlinkse denkbeelden’. Dat toont hoe diep het water in Vlaanderen is. Kunst en (bedrijfs)economie lijken wel twee werelden, met meer clichés dan gedeeld inzicht.

Natuurlijk zijn er van alle clichés ook levende voorbeelden: van kunst die haar kwaliteit of kritische zin uitlevert aan de markt, van perverse neoliberale mechanismen, van ‘gebruikte’ kunstenaars of artiesten waarmee niet te werken valt. Alleen zijn zij niet het hele verhaal. Kunnen culturele organisaties zich ook voorstellen dat bedrijven meer zijn dan winstmachines, en dat er ook knowhow te vinden is die hun artistiek-inhoudelijke verhaal *vooruit* helpt? Binnen het brede spectrum van ‘kunst en economie’ willen we het vooral daar even over hebben: interacties tussen bedrijven en kunstenaars(collectieven).

Wijn bij het water

In *Artful Creation: Learning-Tales of Arts-in-Business*(2004) lijnt Lotte Darsø vier types van mogelijke verbindingen af: 1) kunst als decoratie (denk aan schilderijen in de lobby van hotelketens); 2) kunst als entertainment (samen met de klanten naar een musical); 3) kunst als instrument (zoals bedrijfstheater op de werkvloer stukken komt spelen als aanzet voor een sessie rond bepaalde managementthema’s); en 4) kunst als transformatie (creatieve input van kunstenaars in veranderings- of

onderzoeksprocessen). In de eerste twee gevallen is de transactie louter financieel. De aankoop van kunst verschilt hier niet wezenlijk van deals rond pakweg catering of teamdagen in de Ardennen: ze veraangamen de bedrijfscultuur. Ook in het derde geval primeert de gebruikelijke benadering bij bedrijven: gericht op een berekend eindresultaat, met kunst in dienst van extra-artistieke doelen.

Enkel in het laatste geval – transformatie – is er sprake van een *verbindende* samenwerking: dan ligt de focus op gedeelde ontwikkeling, met een open eindresultaat. Hier primeert het proces: het soort aanpak waar net vooral de kunst in thuis is. Net omdat kunstenaars hier vrij autonoom blijven handelen, vanuit hun eigen noodzaak en inspiratie, vormen ze een meerwaarde voor wat een bedrijf voor zichzelf wil *uitvinden*, en daarvoor niet snel elders terecht kan. Niet enkel het finale product – als dat er al is – zorgt voor wederzijdse verrijking, dat doet vooral de samenwerking zelf.

Kunnen culturele organisaties zich ook voorstellen dat bedrijven meer zijn dan winstmachines, en dat er ook knowhow te vinden is die hun artistiek-inhoudelijke verhaal *vooruit* helpt?

Klinkt dat allemaal wat zweverig? Twee losse voorbeelden. Onder impuls van Arteconomy, een mediërende organisatie voor uitwisseling tussen de kunsten en het bedrijfsleven, ging [Steve Schepens](#) vanaf eind 2012 als kunstenaar aan de slag binnen de Brusselse openbare vervoersmaatschappij STIB-MIVB. Met dertien werknemers doorliep hij een proces dat finaal leidde tot veertien ‘sculpturen’: geaccidenteerde trams, bussen en metrostellen die artistiek verrijkt en meerdere maanden tentoongesteld werden op diverse afdelingen van het bedrijf. ‘De achterliggende inzet was om de werknemers en het bedrijf zelf een betere kijk te doen krijgen op de *safety culture* van de MIVB’, aldus Schepens. Ook zelf tankte hij nieuwe inzichten over de mogelijke connectiviteit en ‘bruikbaarheid’ van kunst. ‘Anders dan in een galerie kreeg ik hier meteen feedback op mijn werk, wat me ook deed inzien dat kunst echt kan “helpen”. Dat vind ik een heel innovatieve omgang met kunst.’ Intussen zette de MIVB al de eerste stappen om zijn *safety culture* ingrijpend te veranderen. Ook bij de deelnemende werknemers zag Schepens een aanvankelijke scepsis over ‘prutskunst met schroot’ algauw omslaan in een onverwacht enthousiasme voor de meerwaarde van zijn artistieke aanpak.

Ook muziektheatergezelschap Braakland/ZheBilding beoogde een breder maatschappelijk draagvlak toen het aan bedrijfsleiders (van Eternit, Sabena Technics, Aveve) workshops ging aanbieden rond leiderschap, vanuit eigen expertise op de repetitievloer. In [Courant105](#) van het Vlaams Theater Instituut somt regisseur Stijn Devillé een rist principes op waarover bedrijven iets te leren hebben van artistieke organisaties, en niet enkel omgekeerd: ‘Het bekijken van je “werknemer” als medewerker, als mens en niet als “loontrekkende” of “FTE”; het durven inspelen op onverwachte situaties; het toestaan en zelfs aanmoedigen van het constructieve conflict; het uitgaan van de dynamiek van de “korf-intelligentie” (de intelligentie van een bijenkorf blijkt groter dan de som van de intelligentie van alle bijen afzonderlijk), het denken in talenten in plaats van in functies, intrinsieke motivatie (“wil”) hoger inschatten dan extrinsieke motivatie (“geld”); het bleken allemaal dingen die we dagelijks toepassen in een artistiek (repetitie)proces, terwijl ze op een klassieke werkvloer in vele gevallen afwezig of marginaal geworden zijn.’



Belangrijker dan de extra middelen die Braakland met de workshops verdient, of de ideeën die bedrijfsleiders opsteken om hun zaak nog beter te runnen, vindt Devillé hun gewijzigde kijk op kunst. ‘Quasi instant groeit er een vorm van respect bij mensen die artiesten even voordien nog beschouwden als bohemiens, steuntrekkers, zeg maar subsidieslurpers. (...)’ s Avonds nemen we ze dan mee naar de voorstelling, en zien ze een wereld die ze (in vele gevallen) nog niet eerder zagen.’ Zijn besluit klinkt fors. ‘We moeten de kunsten niet injecteren met economische modellen, we moeten de economie injecteren met artistieke modellen.’ Devillé getuigt dat uitwisseling met het bedrijfsleven niet per definitie ‘water bij de wijn’ hoeft te zijn. Braakland laat zich niet ringeloren door het grote geld, maar herovert het inzicht in zijn eigen economie. Het benadert de markteconomische wereld als wat die is: een maatschappelijk terrein, dat ook anders kan.

Risky business

In Nederland lijkt dat ook de visie van [Cultuur-Ondernemen](#), een naar Vlaamse normen stevig uitgebouwde intermediaire organisatie die kunstenaars en *creatieven* in contact brengt met bedrijven of overheidsdiensten, om ideeën en noden op elkaar af te stemmen. Zo realiseerde uitzendbureau Tence na een proces met diverse kunstenaars een drempelverlagende *rebranding*, of *empowerde* zorgorganisatie Pameijer zijn jaarlijkse ontmoetingsdag voor mensen met een beperking met de creatieve inbreng van kunstenaars. ‘Kunstenaars doorbreken het format-denken en kunnen dromen verbeelden’, aldus de voorstellingsbrochure van Cultuur-Ondernemen. ‘Iets wat we voor onmogelijk hielden, krijgt zo een verbeelding, zodat het een uitnodiging is tot gesprek.’ Interessant aan deze intermediaire organisatie, in 1996 opgericht als Kunst & Zaken, is dat economische en maatschappelijke spelers binnen dit gesprek gewoon gelijkgesteld worden. ‘Ondernemen’ wordt hier begrepen als een domeinoverschrijdende praktijk. De betrokken kunstenaars kunnen ook beroep doen op training, zakelijk advies en nieuwe financieringsinstrumenten.

We moeten de kunsten niet injecteren met economische modellen, we moeten de economie injecteren met artistieke modellen

Kan daar wat op tegen zijn? Sommige projecten van Cultuur-Ondernemen zijn vooral opdrachtkunst, maar dat is niet anders dan theateracteurs die reclamefilmpjes inspreken: daarnaast is er nog altijd hun autonome oeuvre. Problematisch wordt ‘marktwerking’ pas wanneer die diversificatie zou wegvallen, en dit soort ‘kunst’ het enige model wordt. Zeker in financieel opzicht. Als middelen uit de markt het heilige doel worden, al dan niet ten koste van subsidies, dan wordt elke uitwisseling met de markt beperkt tot een loutere cashflow. Dat is precies wat aan het Open VLD-verkiezingsprogramma vooral verontrustte: *money talks*, in plaats van ook inhoudelijke verrijking in interactie met de markt en het bedrijfsleven.

Want laten we wel wezen: de grens is dun. De grotere beweging van deze tijd is die van een insluipende neoliberalisering, waarin steeds meer vertrouwd wordt op marktwerking, winst- en management-denken en flexibilisering van de arbeid. Waarin cijfers de dienst uitmaken en besparingen ‘ideologisch neutraal’ worden. Ook in Europa staan we op de drempel van een wereldvisie die subsidies niet langer wil motiveren vanuit gemeenschapswaarden, maar afdoet als ‘concurrentievervalsing’ en ‘marktverstoring’. En de eerste subsidieverstrekking vanuit het nieuwe EU-cultuurprogramma *Creative Europe* deed alvast weinig moeite om die tendens tegen te spreken. Meer artistieke aanvragen, gericht op netwerking en uitwisseling, werden slechts bij uitzondering positief beoordeeld. Creatieve industrie is het nieuwe manna, en zo wordt kunstbeleid langzaam vervangen door het sponsoren van *return on investment*.

Beschouwers als Pascal Gielen hebben boeken vol geschreven over hoe ‘creativiteit’ en ‘innovatie’ zijn gaan fungeren als de schijnbaar neutrale verkenners van een opschuivende neoliberale bezettingsmacht. Elk pleidooi voor meer uitwisseling met de markt is dus risky business. Zelfs de sociale wijkprojecten waar Cultuur-Ondernemen zo trots op is, met kunstenaars die de sfeer in de buurt opwaarderen vanuit ‘creatieve broedplaatsen’, blijken niet zelden de voorposten van sociale verdringing door het grote investeringsgeld.



De kritische grens ligt tussen uitwisseling en uitlevering. Wie in budgettaire zware tijden op aanvullende financiering wil inzetten om de slagkracht van de kunsten te blijven waarborgen, moet de heersende mechanismen niet juist versterken, maar ermee breken. Dat wil zeggen: eerst de inhoud, dan pas de centen. Wordt dat principe omgedraaid, dan vervliegt juist de meerwaarde van artistieke input in het Vlaamse ondernemingsklimaat. Aan kunstenaars met gedwongen eurotekens in hun blik hebben bedrijven niets. Zij dreigen blind te raken voor wat hen in al die uitwisselingen extra betekenis geeft: vrije verbeeldingskracht.

En dat geldt niet alleen voor kunstenaars. Ook bedrijven zijn er steeds meer van doordrongen dat ze het verschil vooral zullen maken met *immateriële* waarden. Zo wees onderzoek uit dat meer dan 50% van ideeën die leiden tot innovatie in bedrijven, van buitenaf komen. En dus zal meer uitwisseling tussen kunst en markteconomie enkel werken vanuit een wederzijdse inhoudelijke interesse, en niet enkel vanuit een financiële. Dan pas zullen ondernemers zich trots tonen. Dan pas creëer je bij de bedrijfswereld een engagement voor de langere termijn.

Meer investeren, niet minder

Vertaald naar het beleid, is dat verschil tussen uitwisseling en uitlevering een cruciaal inzicht. Samenwerking tussen kunst en bedrijfseconomie vergt niet minder, maar méér overheid. Zeker op dit moment in Vlaanderen. Iedereen die op de brug staat tussen het culturele en het economische domein, is het erover eens dat we nog maar in de snuffelfase zitten. Zeker, er bestaat wel al een structuur als Flanders DC, en in 2013 introduceerde voormalig minister van Innovatie Ingrid Lieten (sp.a) de CICI Call, ofwel 800.000 euro voor concrete projecten van ‘innovatieve samenwerking tussen *creatieven*/kunstenaars, wetenschappers en/of ondernemers’. Stapelbare honingraat-slaapcellen, een headset voor EEG-monitoring bij bijvoorbeeld epilepsiepatiënten, een artistieke tool om een lichtbron om te zetten in geluid: het zijn maar een paar van de zestien innovatieve creaties die de CICI-projecten opleverden.

Samenwerking tussen kunst en bedrijfseconomie vergt niet minder, maar méér overheid

Alleen bestaat een vergelijkbare *incentive* als CICI in Nederland al sinds 2006, en kennen onze noorderburen ook voor het overige een veel fijnmaziger netwerk tussen kunst en economie. In Vlaanderen blijft een intermediaire organisatie als Arteconomy een uniek verschijnsel van één particulier, die al sinds 2002 pioniersprojecten opzet en op eigen initiatief onderzoek heeft laten uitvoeren door diverse academische partners. Vergelijkbare structuren in bijvoorbeeld Scandinavië zijn tien keer steviger bezet en ingebed. Vlaanderen loopt achter, en CultuurInvest is niet het soort structuur dat individuele artiesten zal vooruithelpen. Het is een investeringsbank. Geen kenniscentrum, geen matchmaker.

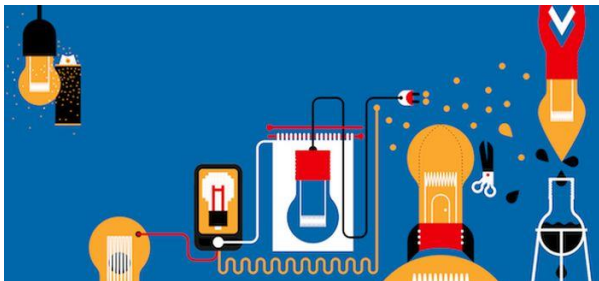
Wil de Vlaamse Gemeenschap de koudwatervrees wegnemen, én bewaken dat meer creatieve uitwisseling met de markt om inhoud blijft gaan, dan vergt dat van de overheid twee investeringen. Allereerst is er een gefundeerde visie nodig, die een helder onderscheid maakt tussen de uiteenlopende economische karakters van kunstenaars en instellingen, én van de diverse artistieke disciplines. Want al kan voor de markt wel iedereen gelijk zijn, omgekeerd is niet iedereen in de kunsten gelijk voor de markt. Dat leert bijvoorbeeld recent onderzoek van econoom Bart Van Looy (KU Leuven). Het stelt dat subsidies een noodzakelijke voorwaarde zijn voor de continuïteit van podiumkunstenorganisaties en dat – zelfs al richten organisaties zich resoluut op de smaak van een breed publiek – een volledige marktwerking ‘geen sinecure’ is. Kortom, meer middelen uit de markt kunnen hoogstens het subsidiesysteem *aanvullen*, en dat principe speelt dan nog in elke discipline anders. Bovendien zou je vanuit die nieuwe beleidsvisie ook heel andere dan marktconforme of door de staat gestuurde economieën kunnen promoten, zoals alternatieve muntsystemen, p2p, coöperaties, ruilsystemen. Als tweede investering is in Vlaanderen een stevig omkaderend beleid nodig, met in een eerste fase ook de nodige middelen om geïnteresseerde spelers te stimuleren en te begeleiden in hun zoektocht naar meer wisselwerking met bedrijven en de markt.

Inzetten op meer marktwerking vanuit een besparingspolitiek (en dus vanuit een negatieve motivatie) levert nu eenmaal niet zoveel op, zo leert de Nederlandse situatie, drie jaar na de rigoureuze cultuurbezuinigingen van de regering Rutte I. In zijn ‘Cultuurverkenning’ (juni 2014) evalueert de Raad voor Cultuur dat beleid als weinig effectief. ‘De publieke middelen die beschikbaar zijn voor de kunsten en het cultureel erfgoed, zijn teruggelopen. De hoop was dat dit zou worden gecompenseerd

door meer private middelen. Maar ondanks grote inspanningen is dit niet gelukt. De trend is (ook internationaal) dat sponsoring van kunst en cultuur afneemt en dat de samenwerking tussen bedrijfsleven en kunstinstellingen bovendien complexer wordt. De particuliere giften nemen af, maar mecenaat en *crowdfunding* lijken wel iets te groeien. Algemeen is het beeld over private financiering echter allerm minst positief. (...) Stimuleringsmaatregelen als de Geefwet hebben dit nog niet kunnen compenseren.' Van zulke objectieve inzichten kan de nieuwe Vlaamse regering maar beter akte nemen.

Nood aan een overzetboot

Niet uitlevering aan de markt is de juiste weg, wel investeren in kennismaking en uitwisseling, vanuit een positief geloof in de (meer)waarde van kunst voor de creativiteit van het Vlaamse ondernemingsklimaat. Daarvoor biedt het vernieuwde Kunstendecreet twee interessante nieuwe instrumenten: de 'kunstenaarstoelage' (een renteloze lening aan individuele artiesten) en 'partnerprojecten' (een projectsubsidie voor samenwerking tussen kunstactoren en partners van buiten het kunstenveld). Alleen blijft de vraag hoe zulke partners met elkaar in contact komen, over de diepe waters tussen het kunstenveld en de bedrijfswereld heen. Voor een echt multiplicator-effect ontbreekt nog een stevige faciliterende organisatie – een overzetboot, zeg maar – die beide oevers kan sensibiliseren en bevruchten met zowel contacten als expertise, en geïnteresseerde organisaties en bedrijven met de nodige begeleiding op sleeptouw kan nemen. Die kan fungeren in een internationaal netwerk met buitenlandse intermediaire organisaties die veel verder staan, en voor de overheid aan visieontwikkeling kan doen.



Investeer dus als regering *ook* in zo'n bemiddelende speler of zelfs een vast kenniscentrum – eventueel met een regressieve subsidiëring, zodat het over pakweg tien jaar zelfvoorzienend is. Het is de beste garantie dat de beoogde uitwisseling verder zal gaan dan 'decoratieve' of 'instrumentele' effecten, en daadwerkelijk zal draaien om *transformatie*: om de versterking van artistieke autonomie, in plaats van om de verzwakking ervan. Financiële winst is op zijn best een gevolg van zo'n beleid, maar belangrijker is het uitgangspunt: de eenentwintigste-eeuwse noodzaak van domeinoverschrijdende verbindingen, zoals die ook gelden tussen kunst en welzijn, of kunst en onderwijs. 'Kunst en economie' draait niet om kapitaalsverhoging, maar om *maatschappelijke* ontwikkeling. Daarvoor zijn intermediaire spelers onontbeerlijk.

**nieuwsbrief-bounces@lists.rektoverso.be; namens; rekto:verso
<nieuwsbrief@lists.rektoverso.be>**

Wouter Hillaert is freelancepodiumcriticus en coördinator van rekto:verso.