

Huur vaker een artiest in

Waarom komt de cultuursector zelf niet met slimme oplossingen voor extra inkomsten? Denk aan crowdfunding, vrijwilligers, erfenissen. Een oproep tot creativiteit in de financiering van de kunsten.

ARJO KLAMER &
CEES LANGEVELD

Kunst is van levensbelang. Dat is het geval voor veel mensen persoonlijk, maar een vitale kunstwereld is ook cruciaal voor een levendige samenleving en, jazeker, voor een sterke economie. Een economie die draait om verbeeldingskracht, zoals de onze, heeft een levendige en veelzijdige creatieve sector. In dat licht bezien zijn de drastische bezuinigingen van het kabinet op het hoger onderwijs maar vooral op de kunsten zacht gezegd uiterst risicovol.

Hoe dan ook, de overheid blijkt geen betrouwbare financier van de kunsten te zijn. Als cultureel economen willen wij weten hoe kunstenaars, kunstliefhebbers en culturele organisaties om kunnen gaan met haar radicale ingreep in het stelsel. Hoe kunnen ze de klap opvangen? Gooien ze het bijltje erbij neer of kunnen ze op een andere manier hun kunsten waarmaken? Creatief als ze zijn wat betreft de inhoud van hun werk, kunnen ze die creativiteit ook laten zien in de wijze waarop ze hun activiteiten financieren?

Omdat wij cultureel economen zijn, zou de eerste gedachte kunnen zijn dat we net als de staatssecretaris pleiten voor de markt als alternatieve bron van financieren. De financiering zou dan een kwestie zijn van meer publiek, meer kaartjes voor een hogere prijs en meer sponsors. Nu denken we inderdaad dat culturele organisaties vele mogelijkheden in de markt onbenut laten en dat ze beter en creatiever met de markt kunnen omgaan. Maar we noemen onszelf niet voor niets cultureel economen. In de wereld van de kunsten gaat het om het realiseren van waarden, zoals sociale cohesie, creativiteit, de zintuiglijke ervaring, waarachtigheid en schoonheid. Serieuze kunstenaars willen meer dan mensen vermaken: ze willen beroeren en bezielen. Een goede galerie heeft niet als doel zoveel mogelijk kunst zo duur mogelijk te verkopen, maar wil met haar werken de waarden van kunst vergroten, eraan bijdragen dat steeds meer mensen meedoen en meeleven. Dus de suggestie van de staatssecretaris om vooral meer kaartjes te verkopen doet geen recht aan de waarden waarvoor de kunsten staan. Het kan en moet anders.

Daarom zijn wij op zoek naar creatieve en veelbelovende praktijken, of concrete ideeën die laten zien dat het anders kan.

Bijvoorbeeld: kunnen culturele organisaties op een andere manier de markt aanboren dan met de reguliere verkoop en de gebruikelijke sponsorcontracten? Is dynamisch prijzen een oplossing? Theaters en musea zouden de prijs afhankelijk kunnen maken van de vraagontwikkeling zoals hotellerie- en luchtvaartmaatschappijen doen. En wat te zeggen van de grote behoefte aan creativiteit die vooral professionele organisaties hebben? Je zou zeggen dat culturele organisaties als aanbieders van creativiteit iets te bieden hebben. Wat kunnen kunstenaars op de werkvloer bijdragen? Is het een idee dat adviesbu-

reus en andere professionele organisaties die wel wat creatieve impulsen kunnen gebruiken een kunstenaar adopteren? Zouden theatermakers en orkesten ook iets te bieden hebben door mensen in bedrijven te laten zien hoe zij met creatieve wordingsprocessen om kunnen gaan? Er zijn voorbeelden van hoe goed dat kan werken. Kunnen culturele organisaties efficiënter werken? Kunnen ze anders programmeren om nieuw publiek te binden?

De relatie tussen overheden en de kunsten kan wellicht ook anders. Nu stelt de overheid zich vooral als subsidiegever op, oftewel als verdeler van fondsen. De overheid kan zich ook als opdrachtgever opstellen. Merkt een gemeente dat vanwege de bezuinigingen culturele instellingen de deuren gaan sluiten en kunstenaars wegtrekken, dan heeft ze omwille van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de stad goede redenen bepaalde culturele voorzieningen te herstellen. Politici en hun ambtenaren zullen moeten leren wat goed opdrachtgeverschap is. Een gemeente zou ook bij zelf vergarde sponsoring een gelijk deel bij kunnen leggen. De overheid zou verder veel kunnen doen via de onderwijsbudgetten. Zoals tal van experimenten in onder andere Italië hebben laten zien, kunnen kunstenaars veel bijdragen aan de opleiding van leerlingen. In de VS heeft iedere universiteit een 'arts

department', met kunstenaars als docenten, waar studenten uit de hele universiteit lessen volgen, als onderdeel van hun educatie. De moeilijke kunst die in Nederland nu aan zijn lot is overgeleverd, zou op die manier een plek krijgen in de kunstinstellingen.

Maar er zijn vooral veel creatieve mogelijkheden in de sociale sfeer, ook wel de derde sector genoemd. In die sfeer gaat het om de relaties tussen kunstenaars, culturele organisaties en de kunstliefhebbers. Het waarmaken van de kunsten gaat om het beroeren van kunstliefhebbers en om het wekken van belangstelling en dat vraagt om duurzame relaties. Van oudsher spelen daarom giften, donaties en offers een dominante rol in de wereld van de kunsten. Vanwege het tijdperk van subsidies hebben culturele organisaties weinig tot niets hoeven doen om dergelijke rela-

ties te ontwikkelen. In de toekomst zullen ze niet zonder kunnen. De vraag is hoe mensen te binden, hoe hen te betrekken op een zodanige manier dat ze wat overhebben voor wat je aan het doen bent.

Een interessante mogelijkheid is zogeheten crowdfunding: het gaat dan om vele kleine donaties voor een project of een kunstenaar via internet. Musea verkopen stenen, theaters stoelen. Kunstenaars zouden als het ware een deel van hun tijd kunnen 'verkoppen', of 'aandelen' in hun werk kunnen verkopen, zoals dat nu al gebeurt in de muzikwereld. Is er een nieuwe rol voor de vrijwilliger? Hoe kunnen organisaties potentiële mecenasen aan zich binden? Het probleem is niet zozeer een gebrek aan geld maar de koppeling van de behoefte aan steun met de behoefte aan een zinvolle besteding van spaargelden en erfenissen. Hoe is die koppeling te verbeteren?

Het kan niet zo zijn dat de kunsten afhankelijk zijn van de richting van de politieke wind. Daar zijn ze te belangrijk voor. Het moet nu anders. Heeft u een idee hoe het anders kan?

Arjo Klamer en Cees Langeveld zijn hoogleraar in de culturele economie aan de Erasmus universiteit. Zij doen dit project samen met de masterstudenten van de opleiding 'Cultural Economics and Cultural Entrepreneurship'.



Foto Robert Rizzo/HH
Beeldbewerking Fotodienst NRC

Oproep

De Erasmus Universiteit en *NRC Handelsblad* vragen aan iedereen binnen én buiten de kunstwereld hoe de kunstfinanciering anders kan. Kan het zó dat de kunsten beter tot hun recht komen? Welke innovatie kunt u bedenken in de presentatie van de kunsten, in de financiering via de markt of via de overheid? Of bent u al met iets anders bezig? U kunt uw ideeën ter jurering inzenden via info@klamer.nl, met een cc naar cs@nrc.nl. De beste twee ideeën worden bekroond met een prijs van de VandenEnde Foundation die wordt uitgereikt tijdens een symposium in the Creative Factory in Rotterdam op 22 maart. Het Cultureel Supplement zal een dag eerder een selectie uit de inzendingen – de shortlist – publiceren.

➤ Op www.academiavitae.org/ symposium vindt u alle informatie en de voorwaarden.