

Atelier ontmoet kantoor

Kunstenaars zijn veelal slechte ondernemers. Managers veelal geen creatievelingen. Een initiatief moet hen bij elkaar brengen.

Yaël Vinckx

Amandine Meuniers atelier bevindt zich in de bezemkast van een oude, Amsterdamse school. Tegen de muren staan een straalkachel, twee schraagtafeltes en een kinderstoel. Daarboven hangen scheve boekenplanken, jassen en foto's van nomadentent en volgeladen auto's. Uit die foto's, zegt zij, put ze inspiratie. Een steile ladder leidt naar een kleine vide met nog meer spullen. Maar is een bezemkast niet te klein om in te werken? Ach, haalt ze haar schouders op: „Het gaat vooral om de ruimte in je hoofd.”

Marc Berg werkt bij Plexus Medical Group, in een kantoor met glazen wanden en oranjebruine vloerbedekking. „Beetje vieze kleur”, zegt de partner van het organisatie- en adviesbureau. Zijn werkkamer meet zo'n zestien vierkante meter. Hij kijkt uit op het verkeer op de A10. „Eigenlijk is dit een heel doorsnee kantoor.”

Het atelier en het kantoor vormen twee verschillende werelden, zegt Meunier. Maar de komende twee jaar komen die werelden samen. Want de Franse kunstenaar gaat twee kunstobjecten maken voor Bergs kantoor; dat kantoor betaalt haar daarvoor minimaal 4.000 euro per jaar. Toch is dit geen gewone kunstankoop. Want de samenwerking gaat verder: Meunier en Plexus moeten vooral van elkaar leren, van elkaars manier van werken en van elkaars ideeën.

Het idee komt van Art Initiatives, een bedrijf dat onderneming en kunstenaar aan elkaar koppelt via het programma Art Partner. Directeur Sandra Boer (34), antropologe, en artistiek leider Joannette Balvert (34), juriste en kunsthistorica, verbaasden zich over het gebrek aan ondernemerschap onder kunstenaars. „Op de kunstacademies leren de studenten niet dat ze na hun afstuderen ook on-

dernemer worden.” Misschien, redeneerde Sandra Boer, kunnen kunstenaars op dat gebied iets opsteken van het bedrijfsleven.

Op hun beurt kunnen ondernemingen wellicht iets leren van kunstenaars: een creatievere, bredere blik. Of, zoals Meunier over Plexus opmerkt: „Zij reageren daar heel praktisch. Wat spreken we af, wanneer is het klaar. Ze zijn meer gewend aan reageren dan aan initiëren. En over persoonlijke zaken praten ze niet.”

Inmiddels is een tiental bedrijven en kunstenaars aan elkaar gekoppeld, waaronder De Nederlandsche Bank, accountant en consultant KPMG, advocatenkantoor Krans & Van Hilten en advies- en managementbureau Boer & Croon. Met Tomtom, de makers van de succesvolle navigatiesysteem, en de Amsterdamse Kamer van Koophandel worden gesprekken gevoerd.

In de gangen van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap praat men goedkeurend over het project, met name over de 'één-op-één samenwerking'. Daarnaast past het initiatief ook in het overheidsstreven om culturele instellingen en kunstenaars minder afhankelijk van subsidies te laten zijn; het zogenoemde cultureel ondernemerschap. Via mecenaten, sponsors en breder toegankelijke exposities en voorstellingen moeten deze organisaties meer geld binnenhalen. Rondreizend theaterfestival De Parade bijvoorbeeld prijst zichzelf tegenwoordig ook aan als 'het ideale bedrijfsuitje'. En het Groninger Museum hoopt met een laagdrempelige expositie over het werk van rock-'n-rollheld Herman Brood, inclusief een replica van zijn atelier, meer publiek te trekken.

Kunstenaars zelf lijken ook minder afhankelijk te willen zijn van de veranderende luimen van de subsidiegever. Steeds vaker gaan ze op zoek naar een manier om hun werk te gelde te maken;



‘Je kunt voor hetzelfde bedrag met je personeel ook gaan bungeejumpen’



De kunstenaar Amandine Meunier in haar atelier: „Ruimte zit vooral in je hoofd.” (Foto NRC Handelsblad, Vincent Mentzel) Foto rechts: 'Heartlas', bewerkte atlas (2004), 37x23x2 cm.

ze zoeken sponsors of nemen opdrachten uit het bedrijfsleven aan.

Voor Marleen Sleeuwits waren de financiën een van de redenen om mee te doen aan het project van Art Partner, naast het feit dat ook zij eens in „een andere wereld” wilde stappen. Sleeuwits, die vorig jaar een masteropleiding fotografie in Breda afronde, zal voor het Amsterdamse advies- en managementbureau Boer & Croon twee series van vijf foto's maken. De foto's wil het bedrijf gebruiken om werknemers, die in abstracte vorm op de afbeeldingen zullen figureren, te belonen; wie een 'gouden tip' heeft, krijgt een print cadeau.

Heeft het bedrijf ook invloed op het werk van de fotografe? Aan de autonomie van de kunstenaar en zijn kunst wordt niet gemorfeld, benadrukt Art Initiatives. Maar het waakt er tegelijk

vel voor om bedrijven „aanstootgevend kunst” voor te schotelen.

Want dat kan mis gaan. Bij accountant en consultant KPMG bijvoorbeeld, dat een fotoserie over de dood in de kantine had gehangen, haalden werknemers de afbeeldingen van de muur. Daar wilden ze onder het eten niet naar kijken. Art Initiatives had niets met deze fotoserie te maken, maar knoopte het voorval wel degelijk goed in de oren. „Met zulke sentimenten houden we rekening.”

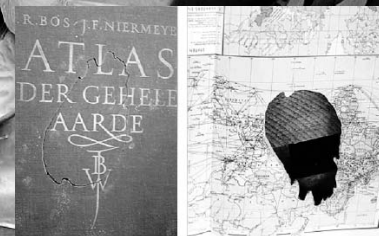
Dat de twee verschillende werelden kunnen botsen, heeft ook Meunier ervaren. Onlangs presenteerde ze aan het eind van een vrijdagmiddag haar werk en haar plannen aan de Plexus-adviseurs. „De hele tijd keken die mensen op hun horloge. Pas later begreep ik dat vrijdagmiddag in het bedrijfsleven een slechte tijd is; de mensen willen naar huis. Ik ken geen goede of slechte tijd.

nomadism as nowadays' modus vivendi.

Tijd is voor mij gewoon tijd.”

Desondanks sluiten Meuniers ideeën goed aan op de opvattingen van Marc Berg. Dat zit zo. Plexus groeit hard; tijd voor het creëren van een 'uitstraling' en een 'identiteit' is er nauwelijks geweest. Nu wil het bedrijf niet alleen met kunst het pand aankleden, maar hoopt het door de kunstenaar in huis te halen en de adviseurs bij het proces te betrekken, ook het groepsgevoel te versterken. „Je kunt voor hetzelfde bedrag met je personeel gaan bungeejumpen in de bossen, maar dit steekt daar toch boven uit”, meent Berg.

Bovendien kampt het groeiende Plexus met plaatsgebrek, terwijl er tegelijkertijd bureaustoelen onbezet blijven. Een groot aantal mensen is immers regelmatig op reis, in binnen- en buitenland. In het nieuwe jaar moet het personeel dan ook flexibel gaan werken. „Het inleveren van een vaste werkplek is



voor sommige mensen wel even slikken.”

Dat intrigeert Amandine Meunier. Niet voor niets verzon zij voor haar eindexamen aan de Rietveldacademie *Nomadistan*, een denkbeeldig land waar de mensen de hele tijd onderweg zijn en waar grenzen voortdurend veranderen. Wat doet dat met iemands identiteit, vraagt de kunstenaar die werd geboren in Marokko, en die eerder in Frankrijk en Denemarken woonde, zich af.

Voor de inwoners van *Nomadistan* maakte ze vervolgens een serie voorwerpen. Ze ontwierp een hak, voor een

schoen, met een groot gat erin. Daarin hoopt aarde zich op, waardoor er onder je voeten „een spoor ontstaat van de weg die je bent gegaan”. Ze maakte *Heartlas*, een atlas waar ze een hart uitzaaide. Dat hart neemt de reiziger met zich mee opdat hij niet met één pagina maar met vele pagina's verbonden is. Ze zette *Motel Minimal* in elkaar, een wit matrasje voor de vermoeide voeten van de reiziger.

Wat Meunier gaat ontwerpen voor Plexus Medical Group weet ze nog niet precies. „Maar de kern is: 'hoeveel materiële zaken heeft iemand nodig?’ ”

Ze kijkt rond in haar bezemkast, en lacht. De inhoud van haar atelier past in de achterbak van een stationwagen.