



laars tussen

Creativiteit en innovatie zijn de toverwoorden in Nederland kennislant. Maar bedrijven weten zelf niet altijd hoe die nieuwe impulsen aan te boren. Een potentiële groeimarkt ligt open voor partijen die creatieven en ondernemers aan elkaar weten te koppelen » Edo Dijksterhuis

en commercie

... e intensieve varkenshouderij heeft een imagoprobleem. Overvolle stallen, dode beesten bij transporten, fabrieksmatig vetmesten — de consument is wakker geschud door tv-beelden en weet het zeker: de bio-industrie is fout. Ook de overheid ziet het probleem en komt met steeds strengere regels. De varkenshouder — toch al opererend in een sector met minimale marges — voelt zich in het nauw gedreven. Vandaar dat landbouworganisatie LTO de handen ineensloeg met de Dierenbescherming en de universiteit van Wageningen om het dierenwelzijn aan te pakken. Net op dat moment liep de voorzitter van LTO vakgroep varkenshouderij bij toeval Peter de Rooden tegen het lijf. De Rooden is programmamanager van Created in Noord-Holland, een nu twee jaar oud initiatief van Stichting Kunst en Cultuur Noord-Holland. Hij stelde voor een paar van de 400 kunstenaars en vormgevers uit zijn bestand op het probleem los te laten. Samen met het landelijk opererende Kunstenaars & Co zette hij het project Paarlen voor de Zwijnen op, waarin vijf kunstenaars en vormgevers speeltjes ontwierpen voor varkens om zo hun kwaliteit van leven te verbeteren.

'Het zijn niet de meest voor de hand liggende partners', geeft De Rooden toe. 'Maar zoals het gezegde gaat: zonder wrijving geen glans. Alleen door radicaal verschillende partijen bij elkaar te zetten, krijg je een echt nieuwe oplossing. Nu scheelt het wel dat LTO heel open stond voor het

betrekken van creatieven en dat de kunstenaars bijzonder nieuwsgierig bleken naar de behoeften van de varkens.'

En dus verlieten de kunstenaars hun atelier voor een dagje op een proefboerderij, inclusief anderhalf uur durend college over varkensgedrag en een complete rondleiding. Met een uitputtende lijst randvoorwaarden — het varkensspeelgoed moest onder meer goedkoop zijn, stevig en makkelijk in het gebruik — gingen ze daarna aan de slag. Het resultaat: een wip en een toverbal voor varkens, een veelkleurige ketting met eetbare objecten, een snoep- en speelapparaat, en een knuffelwand die de tastzin van de beesten prikkelt. De varkenshouders zijn wild enthousiast, de varkensspeeltjes sierden de pagina's van menig krant en leverden de positieve publiciteit op waar ze zo naar snakken. De Rooden: 'De ontwerpen zijn functioneel en zien er sexy uit, precies de kwaliteiten die de sector zoekt. Vijf producten zullen de komende maanden in stalsituaties getest worden en we verwachten dat er daarna een aantal in productie genomen gaat worden. Een aantal kunstenaars is al in gesprek met een producent.'

Het succes van Paarlen voor de Zwijnen is een voorlopig hoogtepunt in de actieve koppeling van creatieve sector en bedrijfsleven. Het onderwerp werd in 2005 op de politieke agenda gezet met de beleidsnota Kunst en Economie, afkomstig van de Ministeries van OCW en Economische Zaken. Ook het innovatieplatform heeft de afgelopen jaren steeds gehamerd op de rol van creativiteit in de





ontwikkeling van Nederland kennisland. Maar tot nu toe bleef het bij een wederzijds besnuffelen door bedrijfsleven en creatieve sector, twee werelden die soms mijlenver uit elkaar lijken te liggen. 'Er is koudwatervrees', geeft De Rooden toe. 'Daarom is het ook zo belangrijk om dit soort casussen te verzamelen. Het is bewijslast. Zien is geloven.'

En dan moeten de partijen elkaar natuurlijk nog ontmoeten. Daarom organiseert Created in Noord-Holland, in samenwerking met Kunstenaars & Co, bijeenkomsten zoals vorige zomer in Hoorn, waar 25 lokale ondernemers aan tafel zaten met even zoveel kunstenaars. Op 25 oktober staat een soortgelijk evenement gepland in samenwerking met de gemeente Alkmaar. Dat er ook echt iets uitkomt, bewijst de beursdag die afgelopen februari in Purmerend werd gehouden. De contacten die daar werden gelegd zorgden ervoor dat Jan Tervoort een kunstwerk maakte voor het Afval Energie Bedrijf Amsterdam, Sandra Schouten een concept voor inspiratiediners ontwikkelde voor de Business Transformatie Groep en het bedrijf Goods in gesprek ging met vier vormgevers over de ontwikkeling van nieuwe designproducten. 'Er is een mentaliteitsverandering gaande', constateert De Rooden. 'De economie is aan het culturaliseren, beleving — een specialisme bij uitstek van kunstenaars — wordt steeds belangrijker. En in het huidige maatschappelijke klimaat, waarin van kunst en cultuur steeds meer wordt geëist dat ze zichzelf bedruipen, is de inzet van kunstenaars in het bedrijfsleven eigenlijk logisch.'

Creatieve interventie

Alastair Creamer ziet een glanzende toekomst voor de samenwerking van cultuur en commercie. 'Dit is een groeiemarkt met enorm potentieel', stelt de medeoprichter van Creamer & Lloyd, het Londense bureau dat zich afficheert als 'creative facilitators'. 'De maakindustrie is grotendeels al verhuisd naar het Verre Oosten, de kenniseconomie biedt de beste kans voor Europese bedrijven om te excelleren. En denk maar niet dat India en China er genoeg mee nemen om alleen maar de fabriekshal van de wereld te zijn, die hebben hun blik inmiddels ook gericht op innovatie en creativiteit. Wij in het Westen zullen dus moeten versnellen. Maar om te schakelen van tien kilometer per uur naar honderd kunnen we ons niet verlaten op de oude methoden — traditionele trainingen, consultancy, conventioneel personeelsbeleid. We moeten nieuwe dingen doen in een oude arena. En de creatieve sector kan daarbij een grote rol spelen.'

In de herfst komt Creamer samen met zijn partner Ollie Lloyd, op uitnodiging van het Rotterdamse Kunst & Zaken, naar Nederland. Om te praten met ondernemers over de bedrijfsmatige inzet van kunst en cultuur, en om workshops te geven. Daarbij zullen ze zeker refereren aan Catalyst, het programma dat ze tussen 1999 en 2006 uitvoerden bij de Britse afdeling van Unilever, Lever Brothers, die in 1999 op het punt stond te fuseren met Elida Fabergé. Catalyst staat te boek als een van de langstlopende, meest doortimmerde 'corporate arts-based learning programs' ter wereld.

Het begon als een paar maanden durende consultancyklus. James Hill, voorzitter van de raad van bestuur van Lever Brothers, zocht naar een

manier om de bedrijfscultuur in het gefuseerde bedrijf te verstevigen en de productiviteit van de werknemers te stimuleren. Een creatieve interventie was daarvoor nodig, vond de bedrijfstop.

'Dat is een nieuw soort aanpak en daar heb je tussenpersonen voor nodig. Intermediairs die een bedrijfsmatig vraagstuk kunnen vertalen naar een creatieve oplossing en dan weer terug kunnen brengen in het bedrijf. Partijen dus die zowel de taal van de zakenman als die van de kunstenaar spreken', stelt Creamer, die zelf opgeleid is als muzikant, jarenlang een culturele organisatie leidde, ondernemer was en les gaf.

In plaats van dikke rapporten met aanbevelingen te schrijven, zoals de meeste adviseurs doen, dompelden Creamer & Lloyd zich helemaal onder in het bedrijf. Ze zetten workshops op, eerst van vrij traditionele snit maar al snel werd het aanbod exotischer. Zo kreeg de afdeling accountancy een cursus creatief schrijven onder

leiding van een gerenommeerd dichter om zo te leren hoe dorre cijfers te vertalen in een pakkend verhaal. Personeelszaken ging in gesprek met medewerkers van het National Theater om van hen te leren hoe ze topacteurs spotten en rekruteren. Onder de titel 'The Live Report' lieten toneelspelers in een veertig minuten durend optreden, opgevoerd voor de voltallige staf, hun licht schijnen over de manier waarop werknemers met elkaar omgingen. En zo brachten Creamer & Lloyd nog meer branchevreemde elementen het bedrijf binnen: schrijvers, tekenaars, beeldhouwers, zelfs een complete circusgroep.

De aanpak werkte. Werknemers waren positief en lieten dat ook in de halfjaarlijkse evaluaties weten. Het bestuur verlengde het project na een jaar en deed dat daarna nog eens vijf keer. Catalyst werd uitgebreid naar twee en later drie bedrijfsonderdelen. 'Actieve betrokkenheid van de top is heel belangrijk', weet Creamer. 'Door zelf ook aan te schuiven bij een workshop kan een bestuurder uiting geven aan zijn leiderschap. Bovendien stuurt hij hiermee een duidelijke boodschap, hij geeft het personeel toestemming creatief te zijn.'

Natuurlijk gaat nooit een heel bedrijf plotsklaps mee in zo'n nieuwe, creatieve aanpak. 'Je hebt altijd early adaptors, zo'n twintig procent. Een bijna even grote groep is mordicus tegen en vindt het maar geldverspilling. En de rest kijkt de kat uit de boom. Daarom is het ook belangrijk om programma's op verschillende niveaus aan te bieden. Het schrijfprogramma bijvoorbeeld omvatte niet alleen een workshop creatief schrijven, maar ook het opzetten van een bibliotheek en een cursus zakelijk schrijven. En als iemand een-op-een met een romanschrijver wilde praten over een specifieke beleidsstuk dat hij in de bestuursvergadering wilde presenteren, dan kon dat ook.'

Autonomiemythe

Niet alleen werkt Catalyst voor Unilever, het betekent ook nog eens 'de ontwikkeling van een alternatieve financieringsbron voor de kunsten', stelt Creamer.

Dat spreekt tot de verbeelding van Jo Houben, directeur van Kunstenaars & Co. Zijn organisatie is eropuit om de economische positie van kunste-





naars te versterken. 'Zo'n vijf jaar geleden kwamen we tot de conclusie dat als we onze pijlen alleen maar richten op de kunstsector, we ons helemaal kapot kunnen werken maar dat er misschien een half procent meer kunstenaars aan de bak komt. We moesten dus aan marktontwikkeling doen. Alereerst hebben we ons geconcentreerd op professionalisering. Per jaar volgen nu zo'n 1500 kunstenaars via ons een training — op het gebied van presentatie, administratie, projectmanagement en nog veel meer. Ongeveer duizend krijgen individuele begeleiding. Een logisch vervolg was dat we contact zochten met de wereld buiten de kunsten. Bijna vijfhonderd kunstenaars zijn nu jaarlijks aan het werk binnen projecten.'

Dat dit niet altijd makkelijk is, weet Houben als geen ander. 'Bemiddeling is hard nodig want die kruisbestuiving is niet vanzelfsprekend. Vooral de kunstenaars vinden het lastig, meer nog dan het bedrijfsleven. In de kunstwereld heerst nog altijd die mythe van autonomie. Samenwerken met commerciële partijen zou betekenen dat je je vrijheid verliest. Maar dan denk ik aan het motto van Jules Deelder: "Binnen de perken zijn de mogelijkheden even onbeperkt als daarbuiten". Bovendien, die urgentie die kunstenaars zo vaak zoeken, die ligt in het bedrijfsleven met bakken voor het oprapen.'

Dat idee begint langzaam door te dringen. Maar niets werkt zo goed als een persoonlijke ervaring. Zoals bij het project De Belevens, waarin Kunstenaars & Co voor de Amsterdamse zorginstelling Cordaan een uitgaansplek voor gehandicapten bouwde. De artistiek leider zei daarover later: 'Ik hou van mooie dingen maken, maar na dit project is dat niet meer genoeg.'

Vooralsnog zijn het vooral publieke organisaties waarmee Kunstenaars & Co in zee is gegaan. Maar het bedrijfsleven dient zich steeds meer aan als 'koppelpartner'. Zo maakten voor Talpa een aantal kunstenaars voorstellen voor leaders, filmpjes met het logo van de tv-zender. Helaas verkocht John de Mol het kanaal voordat de filmpjes konden worden uitgezonden, maar volgens Houben bewijst het project wel de waarde van kunst voor commerciële partijen. 'Kunstenaars kunnen iets wat anderen niet kunnen, kijken op een andere manier en komen met onconventionele ideeën binnen een bedrijf. Dat is wat veel bedrijven willen, anders kiezen ze wel voor een standaard reclamebureau.'

Inmiddels hebben ook grote bedrijven zich bij Kunstenaars & Co gemeld. DSM en Unilever hebben behoefte aan een creatieve injectie. En AH Kaascentrale, het bedrijf dat zorgt voor de productie en distributie van kaas voor Albert Heijn, heeft een offerte aangevraagd voor de herinrichting van hun ontvangstruimte. Veelbelovend, vindt Houben. Maar, zo stelt hij, 'om de samenwerking tussen creatieven en bedrijfsleven te laten beklippen moet je ver vooruitkijken. Je moet stiekem denken in termijnen van vijf tot tien jaar.'

Carte blanche

Terwijl de meeste makelaars tussen creatieve sector en bedrijfsleven denken vanuit concrete zakelijke vraagstukken, kan het ook anders. Art Partner is een organisatie die het lossier aanpakt. Het bureau koppelt kunstenaars uit zijn bestand — momenteel veertig, maar groeiend — aan ondernemingen. Het

bedrijf kan kiezen uit drie geselecteerde kunstenaars die per powerpoint worden gepresenteerd, maar geeft de uitverkorene daarna volledig carte blanche. De enige zekerheid die de opdrachtgever krijgt in ruil voor zijn tweejarige contract, is dat er ieder jaar een kunstwerk wordt afgeleverd.

'Maar natuurlijk vinden we dat niet genoeg', stelt artistiek leider Joannette Balvert, die samen met Sandra Boer het in 2005 gestarte Art Partner runt. 'Het moet niet alleen een uitruil zijn van geld en kunst. We willen dat er een echt partnership ontstaat. Zodat als een art partner van een advocatenkantoor advies nodig heeft bij een juridisch probleem, hij daar kosteloos kan aankloppen. En andersom kan de kunstenaar weer wat betekenen voor het bedrijf. Zo denkt Marleen Sleeuwits nu na over een workshop over creativiteit voor Boer & Croon.'

Veertien bedrijven hebben inmiddels een contract afgesloten, waaronder de Nederlandsche Bank, KPMG, actuariel adviesbureau Watson Wyatt en headhunter Korn/Ferry International. Het zijn vooral bedrijven uit de dienstverlenende hoek, die het ondersteunen van jong artistiek talent — Art Partner hanteert een leeftijdsgrens van 35 jaar — zien als een vorm van maatschappelijk betrokken ondernemen. Maar laatst meldde zich ook Balak, een Belgische hekwerfabrikant die voor de inrichting van zijn nieuwe hoofdkantoor maar liefst vijf kunstenaars uit de Art Partner-pool wil inschakelen. Balvert: 'Dat is een innovatief bedrijf — zo ontwikkelen ze continu nieuwe machines om hun processen te optimaliseren — en de directeur staat open voor de visie die kunstenaars zouden kunnen hebben op zijn organisatie en product.'

Nu zijn er ook bedrijven die zelf contact leggen met de kunstwereld, en dat soms al jaren deden voordat de koppeling van kunst en economie een politiek speerpunt werd. Zoals Witteveen+Bos, een ingenieursbureau uit Deventer met ruim 750 medewerkers. In 1971, bij het 25-jarig bestaan, gaf de toenmalige directie voor het eerst opdracht tot het maken van een kunstwerk voor medewerkers en relaties. Tot op de dag van vandaag gebeurt dat bij ieder lustrum. Bovendien reikt het bedrijf een eigen kunstprijs uit, de Witteveen+Bos-prijs voor Kunst+Techniek.

'Je kunt aan kunstsponsoring doen of in het kader van een 1%-regeling kunst kopen, maar dat vinden wij helemaal niks', vertelt de huidige algemeen directeur Harry Webers. 'Ik geloof dat je alleen iets met kunst en cultuur kunt in je bedrijf als je er persoonlijk ook iets mee hebt. Dan heb je geen verstandshuwelijk maar een huwelijk op basis van passie en echte liefde.'

Webers is ervan overtuigd dat de culturele connectie inspirerend werkt voor zijn medewerkers. Bovendien, vindt hij, 'dragen onze inspanningen en investeringen in cultuur bij aan het vestigingsklimaat in de stad. Wij werken zo mee aan het A-merk Deventer en dat maakt het weer makkelijker voor ons om mensen uit de Randstad over te halen om hier te komen werken en wonen.'

Sinds kort werkt het ingenieursbureau nog directer samen met creatieve partijen. Zo betrok Witteveen + Bos de architect Herman Hertzberger bij het ontwerp van de afvalwaterzuivering Amsterdam-West en schakelde de gemeente meerdere architecten in voor de boostergemalen in het rioleringsstelsel; dat leverde in plaats van utilitaire bunkers schitterende gebouwtjes op die de





internationale architectuurtijdschriften haalden. Bij de publieke debatten die het bureau organiseerde over de inrichting van de Deventer uiterwaarden, confronteerde kunstenaar Jeroen van Westen het publiek met de kwaliteiten van het gebied door middel van teksten, foto's en beelden. Ter ere van het zestigjarige bestaan van het bedrijf vertaalde Sjef Meijman de eerste opdracht van Witteveen + Bos, de Prins Bernhardsluis bij Deventer, in een kunstwerk met aquaria die op luchtdruk reageren. 'Daar hebben we van geleerd dat we ons werk ook anders dan met technische tekeningen kunnen presenteren', aldus Webers.

En als het aan hem ligt, wordt de samenwerking met creatieven in de toekomst nog inniger. 'Ik denk dat we aan de vooravond staan van een echte, geïntegreerde samenwerking. Het zou mooi zijn om een kunstenaar vanaf het begin bij een opdracht te betrekken. Het is dan wel zaak om de juiste kunstenaar te vinden. En een klant die er voor open staat.' ■

Andere kunstkoppelaars

Kunst & Zaken (www.kunst-en-zaken.nl). Bemiddelt al ruim tien jaar tussen bedrijfsleven en kunstsector, onder meer door inzet van managers bij culturele instellingen.

Young Designers + Industry (www.ydi.nl). Levert creatieve bijdrage aan maatschappelijke vraagstukken door middel van ontwerpprojecten met economische, sociale en culturele componenten.

Kunstenlab Deventer (www.kunstenlab.nl). Plaatselijk initiatief dat onder andere onderwijs, onderzoek en overheid koppelt aan creatieve ondernemers om vestigingsklimaat van Deventer te verbeteren.

BrabantStad (www.brabantstad.nl). Bestuurlijk samenwerkingsproject, dat ook op cultureel gebied actief is, tussen Tilburg, Breda, Eindhoven, Helmond en Den Bosch om provincie internationaal op de kaart te zetten als kennis- en innovatieregio.

Het Nationale Cultuurbal (www.cultuurbal.nl). Jaarlijks evenement waarop bedrijfsleven en culturele sector aan elkaar gekoppeld worden. Vindt dit jaar voor derde keer plaats, op 11 september.

Nationaal Jaarcongres Matching Cultuur en Economie. Op 6 juni jongstleden voor het eerst gehouden. Bedoeld als platform voor kennisuitwisseling en netwerken.

Kunstenaars.nu (www.kunstenaars.nu). Website die faciliteert tussen kunstenaars en opdrachtgevers.

Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (www.hku.nl). Opleidingsinstituut met toegespitste studies op gebied van cultuur en economie onderhoudt groot netwerk van lokale ondernemers met wie projecten worden gedaan.

Kunstenaar in bedrijf (www.kunstenaarinbedrijf.nl). Koppelt kunstenaars aan bedrijven. Actief in het oosten van het land.

Deze lijst bevat een selectie en is niet uitputtend.