

# WAKE-UP CALL

Naar een creatief, cultureel én duurzaam ondernemerschap

Tekst: Giep Hagoort en Annick Schramme

De internationale conferentie over cultureel en creatief ondernemerschap en duurzaamheid die op 21, 22 en 23 maart 2012 in Utrecht plaatsvond kunnen we als een *wake-up call* beschouwen. Het is verleidelijk om de conferentie te bezien door de ogen van het gastland Nederland met vooral de hevige bezuinigingen op kunstsubsidies en de zeer beperkte financiën die de creatieve industrie zijn toebedeeld binnen het kader van het nationale innovatie-topteambeleid. De ruim honderd aanwezigen, onder wie ruim dertig deelnemers uit het buitenland, kozen gelukkig een andere invalshoek; die van innovatie en het bijeenbrengen van onderzoekservaringen op het gebied van duurzaamheid.

Dit laatste is eenvoudigweg te zien als een samengaan van doelen rond *People, Planet, Profit*, de bekende *Triple P*. Verschillende gremia, waaronder het Europese platform Culture21, en onderzoekers pleitten voor de erkenning van een vierde pijler, die van *Culture*. Om de transitie naar een duurzame samenleving mogelijk te maken speelt cultuur immers een cruciale rol; zowel het individuele handelen als de systematische onderbouw van onze samenleving ontlenen hun betekenis aan verbeelding, een gedeelde horizon en een gemeenschappelijk waarde kader.

Overigens voegden ook verschillende sprekers tijdens de conferentie een vierde P toe, die van *Participation*, vanwege de noodzaak om zoveel mogelijk groepen burgers te betrekken bij het realiseren van duurzaamheidsdoelen.

## Spiegel

Uit de centrale presentaties bleek dat het congressthema *sustainable cultural entrepreneurship* goed gekozen was. Hoewel door vele instellingen en op allerlei niveaus veel wordt gesproken over duurzaamheid is de relatie met het cultureel en creatief ondernemen nog nauwelijks gelegd.

Daar bracht nu de conferentie flink verandering in. Duurzaamheid blijkt niet alleen een zeer gevarieerd thema te zijn, ook blijkt het ons een spiegel voor te houden, met als centrale vraag of de eigen culturele waardeketen - van creatie via productie naar distributie - voldoet aan de eisen van robuustheid en groene effectiviteit. Willen de culturele en creatieve sectoren een actieve bijdrage leveren aan een duurzame samenleving, dan zullen zij immers zelf qua bedrijfsvoering ook aan strengere eisen moeten voldoen.

Dit bewustzijn vormde tijdens de conferentie een belangrijk gegeven en kreeg om die reden de vorm van een *wake-up call*. Met andere woorden: we zullen ons als directies van culturele instellingen, beleidsmakers, opleiders en onderzoekers uitdrukkelijk moeten bezighouden met het beantwoorden van de vraag welke toegevoegde waarde vanuit de culture en creatieve sectoren concreet kan worden geleverd. En al zijn er aansprekende voorbeelden te geven, van groen ontwerpen tot aan CO<sub>2</sub>-vrije culturele festivals, van het hergebruik van materiaal in de mode tot aan het landschappelijk vormgeven van afvalbergen, een gedegen aanpak vraagt ook om academisch onderzoek en professionele reflectie.

## COVER

door Laura de Jongh



Laura de Jongh is mede-eigenaar van Roquefort Ontwerpers. Roquefort is een grafisch ontwerp bureau dat zich specialiseert in helder en opvallend ontwerp voor allerlei doelgroepen en tevens MMNieuws ontwerpt. [www.roquefort.nl](http://www.roquefort.nl)

advertentie

**ROQUEFORT**  
ONTWERPERS  
[WWW.ROQUEFORT.NL](http://WWW.ROQUEFORT.NL)

tekst uitleg  
ONTWERP EN REALISATIE  
[www.tekstenuitleg.nl](http://www.tekstenuitleg.nl) 023-5316693

museums  
educative exhibitions  
information centers  
tourist attractions  
science centers  
technical working models  
scale models  
eye-catchers  
prototypes  
exhibition engineering  
**BRUNS**  
[WWW.BRUNS.NL](http://WWW.BRUNS.NL)

**Kleine d**

Deze editie van *MMNieuws* besteedt speciaal aandacht aan de conferentie van maart, georganiseerd door de Universiteit Utrecht en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (Kunst en Economie), in nauwe samenwerking met de Universiteit van Antwerpen (Cultuurmanagement) en de Auckland University of Technology (Research and Design).

De keuze van de artikelen heeft te maken met de eerder gesignaleerde gevarieerdheid aan onderwerpen. Niet altijd staat het begrip Duurzaamheid voorop - de associatie met de *Triple P* - maar vaak ook betreft het duurzaamheid met een kleine d (om het zo eens uit te drukken): het vormgeven van solide culturele en creatieve organisaties die daardoor beter kunnen functioneren in de bredere duurzaamheidsbeweging. En dan doelen we op de aandacht voor businessmodellen en levensfasen van organisaties, innovatie, de symbolische waarden die zij koesteren en hun verhouding met een stedelijke dynamiek.

Wil je de wereld veranderen, begin bij jezelf. Het mag dan wel een boutade zijn, ze gaat zeker op voor het thema duurzaamheid.

De hier gepresenteerde artikelen zijn in hoofdzaak een populaire vertaling van academische artikelen naar de praktijk van het cultuurmanagement en het cultureel ondernemerschap. Voor de theoretische raamwerken en literatuurverwijzingen kan het oorspronkelijke boek *Pioneering Minds Worldwide* worden geraadpleegd. Dit boek werd tijdens de conferentie gepresenteerd en bevat een dertigtal artikelen van schrijvers uit zeventien landen.

**Globaal perspectief**

Het thema 'creatieve industrie en duurzaamheid' is duidelijk aanwezig op de diverse beleidsniveaus, ook al krijgen ze op elk niveau een andere invulling. De UNCTAD speelt alvast een voortrekkersrol op het globale niveau. Duurzaamheid kan voor de UNCTAD niet los worden gezien van de belangrijke rol die de creatieve industrie speelt vanuit het ontwikkelingsperspectief. We moeten ons ervan bewust zijn dat de uitdagingen voor de creatieve industrie niet altijd gelijklopend zijn voor de verschillende continenten. Een doordachte visie en strategie vanuit een globaal perspectief is dan ook noodzakelijk.

Het mesoniveau heeft dan weer betrekking op de diverse nationale en regionale overheden en de sector van de creatieve industrie als geheel. Al vaak is geweest op de economische en maatschappelijke dynamiek die de creatieve industrie kan teweegbrengen op regionaal en lokaal niveau. De uitdaging ligt erin om

dit beleidsmatig nu ook te koppelen aan een duurzame samenleving. Aandacht voor infrastructuur maakt hiervan een wezenlijk onderdeel uit.

Tot slot verdient ook het microniveau de nodige aandacht; wil je de wereld veranderen, begin bij jezelf. Het mag dan wel een boutade zijn, ze gaat zeker op voor het thema duurzaamheid. Creatieve bedrijven en organisaties dienen de bijzondere zorg voor de drie P's zoals hierboven beschreven in hun werking te integreren.

Nog al te vaak wordt het begrip duurzaamheid gereduceerd tot zijn ecologische dimensie. In Vlaanderen heeft het door cultuurminister Schauvliege ingestelde atelier Eco-cultuur in 2010 alvast een visie uitgewerkt voor de cultuursector en een aantal doorbraken voor 2020 geformuleerd. De podiumkunstensector heeft vorig jaar het startsein gegeven met het project *Jonge Sla*. En ook in de andere culturele en creatieve sectoren groeit de aandacht voor het thema.

We hopen dat dit speciale themanummer van *MMNieuws* daadwerkelijk fungeert als oproep aan de Vlaamse en Nederlandse culturele en creatieve sector. En dat culturele en creatieve ondernemingen, politici en beleidsmakers, docenten en studenten, consultants en onderzoekers zich in toenemende mate gaan inzetten om de band tussen de maatschappelijke beweging van duurzaamheid en het eigen werk verder uit te diepen en om te zetten

column

# STEVE AUSTEN

## DUURZAAMHEID

Ik kreeg pas enige achterdocht toen ik zo'n vier, vijf jaar geleden door een goede kennis en succesvol handelaar in onroerend goed op fluistertoon werd ingelicht over de trend voor de komende jaren, namelijk duurzaamheid. Verkeerde ik tot dat moment nog in de kinderlijke veronderstelling dat de roep om duurzaamheid toch vooral een therapeutische bezigheid van enige overjarige macrobioten was, nu bleek potverdriedubbeltjes dat het inmiddels hét verdienmodel voor het graaikapitaal was geworden!

Terwijl overal in de beschaafde wereld congressen, petitie's, alarmerende oproepen, parlementaire debatten, ja zelfs echte VN-conferenties aan het nogal boterzachte onderwerp werden gewijd, waren de kampioenen van de verspilling en verkwisting hard bezig om van duurzaamheid hun *core business* te maken.

Geef ze eens ongelijk. Als steeds meer mensen erover spreken, ook al weten de meesten niet precies wat het betekent, kun je

er maar het beste een product of dienst van maken, dan is het te koop, kan eraan verdiend worden en is iedereen weer tevreden.

Het medicijn van de kant en klare duurzame oplossingen werkt onmiddellijk, of het nu over een elektrische auto gaat of over een gloednieuw kantoorgebouw; als de klant maar het idee heeft dat hij bijdraagt aan een duurzame wereld is het doel bereikt. Natuurlijk moeten we dan niet zeuren over de bijwerkingen. De onafzienbare rijen lege kantoorgebouwen langs de snelweg, vaak eigendom van dezelfde bedrijven of projectontwikkelaars die het ultiem duurzame gebouw ernaast gebouwd hebben, zijn er het bewijs van. Vervuiling? Hoezo vervuiling; de markt vraagt duurzaamheid dus leveren wij die.

Zo beschouwd is duurzaamheid vooral een marketingslogan om in een alreeds verzadigde markt de consument te verleiden tot geheel overbodige bestedingen. Wie mij kan uitleggen hoe overbesteding met de daarmee gepaard gaande overproductie te rijmen valt met de oorspronkelijke strevingen van de duurzaamheidsapostelen mag tegen gereduceerd tarief gebruikmaken van mijn op windenergie aangedreven zonnepanelen.

Ik moest hier onwillekeurig aan denken toen ik even wegdutte tijdens het congres waaraan dit nummer is gewijd. Ik mijmerde wat over de dilemma's waarvoor het gemeentebestuur van Utrecht zich gesteld ziet. Door omstandigheden die ik niet of nauwelijks ken moet de historische binnenstad van Utrecht het voor een belangrijk deel hebben van het 'funshoppen', zoals een functionaris van diezelfde gemeente het tijdens zijn toespraak eenvoudig en helder formuleerde.

Duurzaamheid geldt tenslotte ook voor het stedelijk klimaat, voor de gemeentelijke infrastructuur, voor de aantrekkelijkheid voor

Hoewel door vele instellingen en op allerlei niveaus veel wordt gesproken over duurzaamheid is de relatie met het cultureel en creatief ondernemen nog nauwelijks gelegd.

in concrete resultaten. Gezien de ervaringen op onze conferentie zijn wij daarover optimistisch gestemd.

Als over twee jaar, op 19, 20 en 21 maart 2014, een nieuwe internationale conferentie in Utrecht wordt gehouden, ook dan als samenwerkingsverband tussen de Utrechtse instellingen (Kunst en economie), de Universiteit van Antwerpen (Cultuurmanagement) en de Auckland University of Technology (Research and Design), hopen we hun verslagen te vernemen.

Wen zijn de uitgever, Menno Heling, erkentelijk voor de aandacht die hij aan duurzaam cultureel ondernemerschap heeft besteed. □



## PIONEERING MINDS

Het belang van de creatieve industrie staat vast, maar toch is academisch onderzoek ernaar vaak beperkt tot journals en overheidsrapporten. *Pioneering Minds Worldwide: On the Entrepreneurial Principles of the Cultural and Creative Industries* is de eerste in zijn soort: een bundel van onafhankelijk en internationaal onderzoek naar de creatieve en de culturele industrie, die verschijnt naar aanleiding van het congres *Sustainability and Cultural Entrepreneurship*. Speciaal voor MMNieuws hebben een aantal auteurs uit *Pioneering Minds Worldwide* hun bijdrages bewerkt tot artikelen.

Zoals uit deze MMNieuws blijkt, belicht *Pioneering Minds Worldwide* cultureel ondernemerschap in al zijn facetten. Van het congres thema duurzaamheid tot stedelijke vernieuwing, innovatie, educatie en globalisering. De bijdrages zijn verzorgd door een breed scala aan onderzoekers, denkers en pioniers, met diverse achtergronden in 17 verschillende landen. *Pioneering Minds Worldwide* biedt nieuwe perspectieven en geeft ruimte aan een nieuwe onderzoeksagenda die naast het 'hoe?' ook het 'waarom?' centraal stelt. Geïnteresseerd? Het boek is online te bestellen via [http://www.eburon.nl/pioneering\\_minds\\_worldwide](http://www.eburon.nl/pioneering_minds_worldwide) of bij de beter geassorteerde boekwinkel.



Giep Hagoort is hoogleraar kunst en economie aan de Universiteit Utrecht/Hogeschool voor de Kunsten Utrecht ([giep.hagoort@ke.hku.nl](mailto:giep.hagoort@ke.hku.nl)).



Annick Schramme is hoogleraar en academisch verantwoordelijke van de master Cultuurmanagement aan de Universiteit van Antwerpen en van de gelijknamige masterclass aan de Antwerp Management School. Daar leidt ze tevens het kenniscentrum Creatieve Industrieën van Flanders District of Creativity. Beide hoogleraren hebben een samenwerkingsoverkomst getekend ter stimulering van wederzijds onderwijs en onderzoek ([annick.schramme@ua.ac.be](mailto:annick.schramme@ua.ac.be)).

bewoners, enfin, een duurzame stad is écht iets anders dan een verpauperde of lege stad.

Leegstand is de grootste angst van veel gemeentebesturen. Citymarketing, concurrentie tussen steden is het gevolg. Logisch dus dat sinds de lancering ervan in de vroege jaren negentig het concept van de 'creatieve stad' niet kapot te krijgen is.

Is daar iets mis mee? Helemaal niets, zou ik zeggen. Temeer daar de reflectie op duurzaamheid die bij overheden en bedrijven plaatsvindt gebruikmaakt van inzichten uit de kunst en de cultuurindustrie.

Met duurzaamheid heeft het natuurlijk nauwelijks meer iets te maken. Het gaat vooral om omzet, nieuwe markten, marketing en profilering.

Met de veronderstelling dat de culturele sector een grote rol kan spelen bij de verdere ontwikkeling van duurzame concepten zou ik voorzichtig zijn. Zo wordt als het gaat om de 'culturele sector' in dit verband toch vooral gesproken over de 'creatieve industrie'. Wat dit laatste precies is, is mij nog steeds niet duidelijk. Kennelijk wordt er iets kunstzinnigachtigs mee bedoeld, maar gekoppeld aan het woord industrie kan het daar niet om gaan. Om innovatie dan? Dat woord wordt veel gehoord in dit verband. Mijn vraag is dan of de wapenindustrie niet veel innovatiever en dus creatiever is dan bijvoorbeeld de muziekindustrie.

Ik geef toe: dit soort overwegingen maakt een mens niet vrolijker. Toch zal het kritiekloos volgen van de duurzaamheidstrend tot weinig anders leiden dan tot een herschikking van welvaart, waarbij grote winsten terechtkomen bij enkele innovatieve multinationals en de samenleving als geheel er maar matig op vooruitgaat.

Dit alles overziende zou ik denken dat de rol van de cultuur,

de culturele sector, de kunst- opleidingen én de kwaliteitsmedia zou zijn om zich de komende jaren te gaan concentreren op de component waarom het in al deze min of meer politieke processen draait: de onvoldoende verankerde rol van de burger. De culturele component van burgerschap zou de maat kunnen zijn waaraan het streven naar duurzaamheid, de creatieve industrie, innovatie en creatieve steden gemeten zouden moeten worden.



Dr. (H.C.) Steve Austen is visiting professor, consultant en publicist ([www.steveausten.nl](http://www.steveausten.nl), [steve@steveausten.nl](mailto:steve@steveausten.nl)).

## SAMENWERKING MMNIEUWS EN VIRTUEEL PLATFORM

Virtueel Platform is nu Partner van MMNieuws. Het voorziet als Kennisinstituut voor E-Cultuur in diensten, evenementen en publicaties. Virtueel Platform richt zich, net als MMNieuws, over alle disciplines heen, op directies, staf en inhoudelijk betrokkenen. Cultureel ondernemerschap en mogelijkheden van E-cultuur om een groter publiek te trekken zijn de speerpunten die deze samenwerking leiden. In dit nummer vindt u de eerste vrucht van deze samenwerking. Blader snel door naar pagina 30.