

Forum

Naar een R&D-cultuur in de culturele sector

Brigitte Bloksma

Onze huidige minister-president stelde in zijn Boekmanlezing in 2009 dat de cultuursector een Research&Development-afdeling van onze samenleving is. De aankomende bezuinigingen maken deze uitspraak nog relevanter dan hij al was. Wat moeten we eigenlijk verstaan onder culturele Research & Development en wat is de potentie daarvan?

In een samenleving waar de vraag naar producten met een maatschappelijke en economische waarde toeneemt en er een groeiende vraag in de cultuursector is naar nieuwe businessmodellen, krijgt Research & Development (R&D) steeds meer betekenis. Burgers, consumenten en publiek stellen almaar hogere eisen aan transparantie en maatschappelijke verantwoordelijkheid. De overheid, het bedrijfsleven en de cultuursector moeten hierdoor op zoek naar producten die een even commercieel als maatschappelijk succes zijn. Culturele R&D is een antwoord op de vraag naar producten, diensten en processen die een economisch, maatschappelijk en cultureel rendement hebben.

Wanneer wij kijken naar de definitie van R&D zoals deze is opgesteld in de internationale R&D-bijbel, de *Frascati handleiding* van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO), lijkt niets in deze definitie de cultuursector uit sluiten van deelname aan R&D-activiteiten. OESO definieert R&D als creatief werk dat op systematische basis wordt verricht ter vergroting van de hoeveelheid kennis, met inbegrip van de kennis van de mens, de cultuur en de samenleving, alsmede het gebruik van deze hoeveelheid kennis voor het ontwerpen van nieuwe toepassingen. R&D-activiteiten ontwikkelen nieuwe producten, diensten en technologieën die winst opleveren voor

organisaties en daarmee een economische en sociale meerwaarde creëren voor een land of regio.

Steeds vaker staan experimentele projecten van culturele instellingen aan de basis van nieuwe businessmodellen en sociale processen. Een culturele instelling vervult geregeld de rol van trendwatcher, onderzoeker en ontwikkelaar. De projecten en presentaties hebben veelal een even grote meerwaarde voor de cultuursector als voor het bedrijfsleven of de overheid. Zo heeft het National Theatre in Londen al geruime tijd een R&D-beleid. Een van de eerste uitkomsten van dit beleid was de lancering van NTLive in 2009, een experimenteel project dat een nieuwe impuls gaf aan het publieksbereik in de podiumkunsten. Voorstellingen werden live vertoond in Britse bioscoopzalen. Nesta, het innovatie- en investeringsfonds van het Verenigd Koninkrijk, onderzocht samen met het National Theatre of het project kon leiden tot een nieuw businessmodel voor theaters en bioscopen. Anno 2011 zijn de beste voorstellingen van National Theatre waar ook ter wereld in bioscopen te zien en is het initiatief overgenomen door verschillende opera- en dansgezelschappen.

De manier waarop NTLive zoekt naar nieuw publiek is tevens een interessante ontwikkeling voor bedrijven die consumenten middels *brand experience* proberen te

betrekken bij hun merk. Het is daarom denkbaar dat een initiatief als NTLive, waar plaats en publiek niet meer tegelijk samenkomen, tevens een interessant model is voor het bedrijfsleven.

Nieuwe verantwoordelijkheden

Ook Marres, Centrum voor Contemporaine Cultuur in Maastricht, ontwikkelde in de afgelopen jaren een beleid voor culturele R&D. Aanleiding voor deze nieuwe strategie was de toetreding van Marres tot de landelijke basisinfrastructuur. Deze positie bracht een andere verantwoordelijkheid met zich mee, namelijk die van innovatie en ontwikkeling. Marres formuleerde de ambitie buiten de eigen fysieke grenzen te opereren en uiteenlopende partnerships aan te gaan. De reden hiervoor is tweeledig. Enerzijds leidt deze aanpak tot een groter publieksbereik en anderzijds schept deze benadering de ruimte om een nieuwe inhoudelijke en artistieke agenda te formuleren met partners buiten het culturele domein.

Een van de eerste projecten die voort zijn gekomen uit het R&D-beleid van Marres is een programma rondom het thema Landschap. Het programma is in nauwe samenwerking met de provincie Limburg en het NAiM/Bureau Europa tot stand gekomen. Bij dit agenderende project staat niet alleen een cultureel historisch perspectief centraal, maar ook een innovatieve visie. Dit laatste is een uitkomst van een proces waarin de overheid, in dit geval de provincie Limburg, de rol van opdrachtgever op zich heeft genomen. Deze verschuiving van voorwaardenscheppende naar actieve partner met een gerichte vraag en doelstelling maakt dat het R&D-beleid van Marres zowel een culturele als maatschappelijke waarde kent.

Bij de ontwikkeling van het programma heeft Marres de beleidsagenda van de provincie Limburg als uitgangspunt genomen. Zo is niet alleen invulling gegeven aan culturele en artistieke vraagstukken, maar wordt er tevens gereflecteerd op onderwerpen als krimp, duurzaamheid, landbouwontwikkeling en de verhouding stad-platteland – thema's die bij uitstek onderdeel zijn van de sociale processen in onze maatschappij. Het project met deze specifieke zienswijze bleek vervolgens een unieke kans voor Marres om voor de ontwikkeling van haar programma innovatieve partnerships aan te gaan met universiteiten en bedrijven als DSM en Heinz. Voor DSM bleek het programma een aanleiding te zijn om na te denken over hun locatie in Zuid-Limburg en welke mogelijkheden deze, buiten de geëigende bestemming, biedt. Heinz bleek binnen het programma geïnteresseerd te zijn in het vraagstuk van lokale land-

bouw en duurzaamheid. Op deze wijze onderzoeken en ontwikkelen Marres en Bureau Europa/NAiM, samen met het bedrijfsleven en de overheid, experimentele projecten die een economische, maatschappelijke en culturele betekenis hebben.

Radicale bijdrage

Deze praktijkvoorbeelden laten ons zien dat culturele zienswijzen een grote meerwaarde kunnen hebben voor zowel het culturele domein als die van het bedrijfsleven en de overheid. De relevantie van culturele R&D gaat verder dan die van louter marketing en communicatie. Zij raakt de daadwerkelijke economische en sociale processen en levert hiermee een radicale bijdrage aan de samenleving.

Het is echter van belang ons te realiseren dat de ontwikkeling van nieuwe producten of processen, hoe creatief en inventief ook, geen R&D zijn wanneer onderzoek en experiment niet overdraagbaar zijn. R&D gaat per definitie om bewuste kennis en is bedoeld om innovatie te realiseren. De *Frascati Handleiding* stelt dat R&D heldere onderzoeksvragen eist, die met rigoureuze methoden leiden tot replicerbare bevindingen die expliciet kunnen worden gemaakt voor verspreiding. De methoden en resultaten van culturele R&D zijn daarmee expliciet en bruikbaar voor de gehele cultuursector en idealiter ook daarbuiten.

Culturele R&D zal niet altijd geslaagd, succesvol of innovatief zijn. R&D kan zowel op mislukking als op succes uitdraaien. Het idee van culturele R&D is echter om de cirkel tussen onderzoek en innovatie te sluiten zodat we een kennismotor kunnen starten die culturele content omzet in maatschappelijke innovatie. Door te leren van R&D-intensieve industrieën kan de cultuursector vervolgens zijn eigen modellen voor een artistieke praktijk ontwikkelen die een even culturele als maatschappelijke waarde vervullen.

Literatuur

- Bakhasi, H. (2009) *Not rocket science: a roadmap for arts and cultural R&D*. (S.I.): MMM (www.missionmodelsmoney.org.uk).
- Blokma, B. (2010) 'Culturele sector als department Onderzoek en Ontwikkeling van de overheid'. In: *Boekman Digitaal* (www.boekman.nl).
- OECD (2002) *Frascati manual. Proposed standard practice for surveys on research and experimental development*. Paris: OECD.
- Poster, M. en M. Kramer (2011) 'Creating shared value'. In: *Harvard Business Review*. January–February, 3–18.
- Stoneman, P. (2009) *Soft innovation: towards a more complete picture of innovative change*. (S.I.): NESTA.

Brigitte Bloksma

is hoofd R&D en programma-directeur Marres Projects bij Marres, Centrum voor Contemporaine Cultuur in Maastricht. Dit artikel is op persoonlijke titel geschreven.