

Culturele sector 'risky business'?

Cultuurindustriële beleid en cultureel ondernemerschap in Vlaanderen

Katia Segers en An Moons Het culturele veld in Vlaanderen biedt niet langer de beschermende sfeer als in de jaren 1945–1980. Dit heeft geleid tot een opkomst van de cultuurindustrieën op lokaal en internationaal niveau. Aan de Vlaamse overheid de taak om haar beleid hierop af te stemmen.

Vanaf het einde van de jaren 1970 is, net als in de rest van continentaal Europa, door de economische recessie en de daarmee gepaard gaande opkomst van het neoliberalisme het cultuursubsidiesysteem op de helling gezet. De neoliberale benadering van het cultuurbeleid onder de liberale ministers van Cultuur Karel Poma en Patrick Dewael leidde in de jaren 1980 tot een verbreding van het cultuurbegrip én een vergrote aandacht voor kunst, maar was ook een aanzet tot een verzakelijking van de gesubsidieerde sector en tot een grotere eis tot accountability en 'cultureel ondernemerschap' avant la lettre. De volgende ministers – hoewel niet langer van liberale signatuur – hebben deze lijn aangehouden. Aandacht voor eigen inkomsten werd in de loop van de jaren 1990 uiteindelijk geformaliseerd in de voorlopers van het huidige Kunstendecreet, via hetwelk kunstorganisaties verplicht zijn een minimumpercentage eigen inkomsten te genereren.

Dat overheidssubsidies voor cultuur noodzakelijk en onmisbaar zijn, wordt niet ter discussie gesteld. De kunst- en cultuurbudgetten zijn sinds 1999 zelfs gevoelig gestegen. De gesubsidieerde sector stond in deze 'beschermende' omgeving tot voor vijf jaar als enige binnen de sector garant voor de productie en verspreiding van waardevolle en kwaliteitsvolle kunst. Nochtans bestond er daarnaast een bloeiende markt van 'commerciële' cultuurvormen (bijvoorbeeld popmuziek, het boekbedrijf) en betraden in de loop van de jaren 1990 een aantal lokale perifere cultuurindustriële bedrijven zoals Studio 100 en Music Hall de markt van de cultuurvormen die tot dan behoorden tot het exclusieve beleidsterrein van de overheid. Zo werd het traditionele kunstenmonopolie doorbroken.

De opkomst van de cultuurindustrieën heeft zich niet beperkt tot het lokale niveau. In hun zoektocht naar afzetmarkten en culturele en

creatieve inhoud veroveren mondiale megaconglomeraten een plaats op de Vlaamse markt via lokale zetels en via nauwe samenwerking met of het opkopen van bestaande lokale cultuurindustrieën. De overname in 2001 van de Belgische concertorganisatoren Make It Happen, On the Rox en Sound & Vision door het Amerikaanse Clear Channel Entertainment, 's werelds grootste producent en promotor van live-entertainment (die in Nederland Mojo overnam), is hiervan een voorbeeld.

In het licht van deze nieuwe context werd de Vlaamse overheid voor de uitdaging gesteld om haar beleid af te stemmen op deze ontwikkelingen binnen de cultuurindustrieën. Aanvankelijk reageerden de overheid en de gesubsidieerde organisaties onverschillig: 'Wat de commerciële sector voortbrengt, voldoet niet aan de kwaliteitsnormen en vormt bijgevolg geen bedreiging voor het gesubsidieerde circuit', was een veelgehoord argument. Onverschilligheid sloeg bij sommige cultuurorganisaties om in angst omwille van een mogelijke bedreiging. Ondanks hun grote publieksbereik kwamen ook de lokale cultuurindustrieën tot de vaststelling dat sommige producties, zoals musical en opera, financieel niet haalbaar zijn binnen een economische

marktstructuur. Ze vroegen dan ook om ondersteuning en beriepen zich hierbij op het protectieargument: in een context van globalisering worden de lokale cultuurindustrieën bedreigd door de mondiale (vaak Anglo-Amerikaanse) megaconglomeraten.

Investeringsfonds CultuurInvest

Vandaag is bij het culturele veld en de cultuur-overheid het besef gegroeid dat de lokale

'Wat de commerciële sector voortbrengt, vormt geen bedreiging voor het gesubsidieerde circuit'

cultuurindustrieën potentieel kunnen bijdragen tot de realisatie van culturele doelstellingen, met name diversiteit, verhoging van de cultuurparticipatie en de internationale uitstraling van de Vlaamse cultuur. Tevens wordt erkend dat een cultuurindustriële beleid economische meerwaarde biedt, namelijk cultuur als nieuwe economische groeisector, die garant staat voor belangrijke werkgelegenheid en fungeert als hefboom voor regionale ontwikkeling. De oprichting van Flanders District of Creativity (Flanders DC) door voormalig Vlaams minister van Economie Patricia Ceysens in 2004 moet in dit licht begrepen worden. Onder de noemer 'creatieve economie' beoogt Flanders DC het stimuleren, de promotie en de internationalisering van (in hoofdzaak technologische) creativiteit, innovatie en ondernemerschap in Vlaanderen.

Op 31 maart 2006 lanceerde cultuurminister Anciaux samen met de ministers van Economie

en Innovatie, Fientje Moerman, en Financiën, Dirk Van Mechelen, het Vlaamse cultuurindustriële beleid. Naar voorbeeld van onder andere de Société de Développement des Entreprises Culturelles (SODEC) uit Québec is in de schoot van de Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV) het investeringsfonds CultuurInvest opgericht. Hoewel het cultuurindustriële beleid in eerste instantie een cultureel project is, zijn de motivatie, opzet en doelmatigheid duidelijk economisch. CultuurInvest beoogt het ondernemerschap binnen de culturele sector te stimuleren en zijn activiteiten aan te laten sluiten bij het realiseren van de Europese Lissabondoelstellingen (innovatie, ook via cultuur en creativiteit).

De aandacht van CultuurInvest gaat uit naar ‘ondernemingen die kwalitatieve cultuurgebonden producten met marktpotentieel voortbrengen en verspreiden binnen de economische omgeving’. Meer bepaald gaat het over de volgende sectoren: nieuwe media en computer-games, de audiovisuele sector en digitale vormgeving, de muziekindustrie en het concertwezen, design en designermode, de gedrukte media en grafische vormgeving, de uitgeverijen en de boekhandel, de musical en de podiumkunsten, de distributie binnen de beeldende kunsten en ‘andere’ kunsten. Niet alle sectoren komen tegelijk in aanmerking. Aangezien musical uit het Kunstendecreet werd gelicht, komt deze sector als eerste aan de beurt, gevolgd door muziek en de andere sectoren.

‘Rollend fonds’

CultuurInvest beoogt de groei van de cultuurindustrieën via ontwikkeling en ondersteuning. Ontwikkeling zal gebeuren via investering aan de hand van drie ‘producten’, namelijk project-financiering, groeikapitaal en achtergestelde leningen. Daarnaast zal CultuurInvest faciliterend werken via samenwerking met bestaande financieringsinstrumenten, zoals het federale

Participatiefonds, het Innovatiefonds en Waarborgbeheer. De initiële kapitaalbasis bedraagt 20 miljoen euro, gespreid over vijf jaar, vergaard via publiek-private samenwerking (de Vlaamse overheid hoopt dat de bank- en verzekeringswereld de helft van het bedrag op tafel zal leggen). Deze initiële kapitaalbasis moet op termijn substantieel verhoogd worden en zal een soort van ‘rollend fonds’ creëren. Aldus hoopt men via een multiplicatoreffect een impuls te realiseren van 100 miljoen euro. Ondersteuning van de cultuurindustrieën komt pas in de tweede fase aan bod en zal voornamelijk bestaan uit doorverwijzing en promotie van bestaande instrumenten voor managementondersteuning, professionalisering en coaching (met name de ondernemerschapportefeuille, waarmee de Vlaamse overheid bedrijven financieel tegemoetkomt bij opleidingen en Flanders Investment and Trade, dat exportondersteuning biedt aan bedrijven).

In juni 2006 is CultuurInvest nog niet operationeel. Vooral het nieuwe beleidsinstrument van start kan gaan, moet een aantal belangrijke voorbereidende stappen worden gezet. Zo is de aanmelding binnen Europa nog niet rond en werd het managementteam nog niet samengesteld. Bovenal moet er werk gemaakt worden van de financiële inbreng vanwege de privé-sector. Vooralsnog is er weinig concrete toezegging vanuit de bancaire wereld. Nochtans zit de culturele sector op hete kolen: de presentatie van CultuurInvest heeft lang op zich laten wachten, de verwachtingen en vragen zijn talrijk.

Evenwichtsoefening

De eerste belangrijke vraag is van financiële aard: is het budget van CultuurInvest ruim genoeg? Een grote cultuurindustriële speler als Studio 100 stelt dat een gemiddelde financiële steun van 250.000 euro per project ontoereikend is om grootschalige projecten te realiseren. Bovendien is voor een groot en solide bedrijf als

Studio 100 steun van CultuurInvest niet levensnoodzakelijk. Toch zijn projecten met grote en betrouwbare spelers van vitaal belang, opdat het fonds echt rollend kan zijn. De financiële voorwaarden van CultuurInvest moeten bijgevolg interessanter zijn dan die van de banken. In een situatie waarbij enkel kleine, zeer risicovolle projecten komen aankloppen, dreigt het fonds een alternatief subsidiekanaal te worden. De noodzaak van een groot budget wordt in dat verband afdoende aangetoond door het snelle mislukken van de Nederlandse Participatiemaatschappij voor Kunst en Cultuur, PAKC. Dit publiek-private initiatief bleek al snel te weinig financiële armslag te bezitten om interessante projecten aan te kunnen trekken.

Hiermee komen we bij de tweede vraag: welk enthousiasme zal de private sector voor een participatie in CultuurInvest opbrengen? De vrees bestaat dat dat schoorvoetend en gering zal zijn. Niet alleen kennen de traditionele risicokapitaalfondsen de laatste jaren een terugval, maar bovenal sleept de culturele sector onder zakenmensen en bankiers in het bijzonder nog steeds het imago mee ‘risky business’ te zijn. Kunstenaars zouden enkel bezig zijn met hun kunst en geen oog hebben voor zakelijke aspecten; ze zouden onbetrouwbaar en niet-professioneel zijn. Dit maakt dat de financiële wereld, maar ook andere investeerders, niet happig zijn om risicokapitaal te verstrekken. Bovendien heeft de bedrijfsweld weinig affiniteit met cultuur. Maatschappelijke verantwoordelijkheid betonen bedrijven vandaag bij voorkeur via steun aan maatschappelijk georiënteerde projecten. Dezelfde reputatie geniet de culturele sector onder sponsoringmanagers binnen de bedrijfsweld: terwijl sportieve organisaties en ngo’s (niet-gouvernementele organisaties) in de sector van milieu en natuurbescherming anno 2006 volop gevraagd worden, ondervinden klassieke kunstinstellingen grote moeilijkheden om sponsors te vinden.

De laatste vraag betreft de selectiecriteria: aan welke criteria moet een cultureel bedrijf voldoen om aanspraak te kunnen maken op een tussenkomst van CultuurInvest? Hoewel het marktpotentieel van een cultureel product, project of onderneming vooropstaat, worden kwaliteitscriteria eveneens in overweging genomen. Maar wat is de verhouding tussen beide en hoe flexibel kan met deze verhouding omgesprongen worden (bijvoorbeeld al naar gelang de grootte en betrouwbaarheid van het bedrijf)? Het wordt een helse evenwichtsoefening om marktpotentieel en artistieke kwaliteit op een zo coherent, transparant en objectief mogelijke wijze te evalueren. Bovendien is een bijkomend probleem hoe de tussenkomst van CultuurInvest en subsidiëring in het kader van het Kunstendecreet zich tot elkaar zullen verhouden. Uit internationale mapping-oefeningen van creatieve industrieën blijkt immers dat een strikte scheiding tussen kunsten en cultuurindustrieën de facto onhoudbaar is.

Sterk team

Een eerste belangrijke taak voor het management van CultuurInvest bestaat er dan ook in om flexibele maar solide, transparante, welomlijnde en eenduidige criteria vast te leggen en duidelijk te communiceren. Deze criteria zullen betrekking moeten hebben op onder meer economisch kapitaal, menselijk kapitaal, bedrijfsomvang en -structuur, verwachte groei, exitpotentieel, managementpraktijken, concurrentie, ligging (clustervorming), consumptiepraktijken, marketing en het sociaal kapitaal van de cultureel ondernemer.

Bovenstaande vaststellingen nopen ons ertoe de vraag te stellen of de oprichting van een investeringsfonds, waarbij in substantiële mate wordt gerekend op inbreng van de private sector en waarbij de klemtoon ligt op het verstrekken van financiële ondersteuning, als het ware niet een stap te vroeg is. Vooreerst dient

werk gemaakt te worden van het managen van creativiteit. Dit impliceert de ontwikkeling van cultureel ondernemerschap waarbij evenwicht tussen creativiteit en management centraal staat. Creativiteit is een vereiste, zeker gegeven de scherpe concurrentiestrijd, doch niet voldoende. Kapitaal moet op een economisch verantwoorde manier geïnvesteerd worden in artistiek waardevolle projecten die getuigen van commercieel inzicht en een efficiënt management. De meerwaarde van cultureel ondernemerschap wordt geïllustreerd door het traject van succesvolle Belgische modeontwerpers zoals Dries Van Noten, Ann Demeulemeester en Veronique Branquinho. Hun carrière zou er heel anders hebben uitgezien indien zij – hetzij via het zelf opnemen van managementtaken, hetzij via het aanstellen van een sterke commercieel directeur – niet tegemoet waren gekomen aan de eis van cultureel ondernemerschap. Deze voorbeelden tonen bovendien ook aan dat creativiteit en zakelijk inzicht niet in één persoon verenigd moeten zijn. De artiest als cultureel ondernemer moet zich integendeel omringen met een sterk team van mensen met gespecialiseerde competenties.

Een efficiënt en toekomstgericht cultuurindustriële

beleid mag dan ook niet beperkt blijven tot louter financiële injecties op korte of middellange termijn, maar moet reeds in de eerste fase voorzien in individuele en collectieve begeleidingsmogelijkheden binnen het specifieke domein van cultureel ondernemerschap. In dat verband kan bijzonder veel geleerd worden van Canada en Groot-Brittannië, maar evengoed van de Scandinavische landen of van Zwitserland, die een actief creatief industrieel beleid

uitbouwen gebaseerd op het stimuleren van creatief ondernemerschap via vorming en opleiding. Deze landen ontwikkelden (niet zelden ook op stedelijk niveau) hiertoe tal van instrumenten en uitgebreide coachings- en ondersteuningsprogramma's.

De belangrijkste uitdaging in het stimuleren van cultureel ondernemerschap ligt dus in het zoeken naar de goede balans tussen culturele en economische objectieven. Dit wordt niet enkel een belangrijke uitdaging voor het beleid dat vorming en ondersteuning moet ontwikkelen specifiek op maat van cultuurindustriële ondernemers, maar vergt tevens een belangrijke inspanning van de kunstenaars zelf. Cultureel ondernemerschap is vaak niet zozeer een kwestie van 'kunnen' maar ook van 'willen'. Bovendien moeten de kunstenaars zelf de afweging maken om ofwel beroep te doen op de bestaande kunstsubsidiekanalen en/of om zich in te schrijven binnen het cultuurindustriële beleid.

Cultureel ondernemerschap is vaak niet zozeer een kwestie van 'kunnen' maar ook van 'willen'

Katia Segers

is docent aan de vakgroep Communicatiewetenschappen en directeur van het Centrum voor Media- en Cultuurstudies (CEMESO) van de Vrije Universiteit Brussel. Ze is tevens copromotor van het Steunpunt Re-creatief Vlaanderen.

An Moons

is als assistent verbonden aan dezelfde vakgroep en hetzelfde onderzoekscentrum en werkt aan een doctoraat over de Vlaamse designermode.

Ondersteuning van starters, werk maken van vorming, opleiding en coaching voor voornamelijk kleine cultuurindustriële bedrijven (doorgaans ofwel eenmanszaken ofwel KMO's) kunnen niet alleen in de schoenen worden geschoven van CultuurInvest. Dit vergt een geïntegreerde aanpak waarbij er interdepartementaal wordt samengewerkt, over de verschillende beleidsniveaus heen. Cultuurindustriële beleid moet een zaak zijn van steden, provincies, de gemeenschappen en de federale overheid. Een interdepartementale instelling moet objectieven en werking van cultuur, economie, buitenlandse handel, toerisme, maar vooral ook onderwijs en volwassenenvorming met elkaar in overeenstemming brengen. Het cultuurindustriële beleid zal enerzijds moeten worden afgestemd op de doelstellingen van het kunstenbeleid. Anderzijds zal het cultuurindustriële beleid met cultuurpolitieke doelstellingen afgestemd moeten worden op het reeds bestaande creatieve industrieel beleid vanuit het Departement Economie (Flanders DC). De oprichting van een interdepartementaal instituut lijkt daarbij onontbeerlijk.

Literatuur

- Beck, A. (2003) *Cultural work. Understanding the cultural industries*. Londen/New York: Routledge.
- Becker, H. (1982) *Art worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Caves, R. (2000) *Creative Industries*. Cambridge: Harvard University Press.
- Du Gay, P. (1997) *The Production of Culture/Cultures of production*. Milton Keynes: The Open University/Sage.
- Gielen, P. (2003) *Kunst in netwerken*. Tiel: Lannoo.
- Hesmondhalgh, D. (2002) *The Cultural Industries*. Londen: Sage.
- Hesmondhalgh, D. en A. Pratt (2005) 'Cultural industries and cultural policy'. In: *International Journal of Cultural Policy*, 11 (1), 1-13.
- Huijgh, E. en K. Segers (2003) 't Hof van Commerce. De complexe verhouding tussen de overheid en de commerciële cultuurorganisaties in Vlaanderen'. In: *Cultuurkijker. Aanzetten voor cultuuronderzoek in Vlaanderen*, 247-281.
- Huijgh, E. en K. Segers (2005) *Creatief kapitaal. Naar een beleid voor de culturele industrieën in Vlaanderen*. Onuitgegeven onderzoeksrapport, Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen/Vrije Universiteit Brussel, 519.
- Jeffcut, P. en A.C. Pratt (2002) 'Editorial. Managing creativity in the cultural industries'. In: *Creativity and innovation management*, 11 (4), 225-233.
- Laermans, R. (2002) *Het cultureel regiem. Cultuur en beleid in Vlaanderen*. Tiel: Lannoo.
- Lawrence, T.B. en N. Philips (2002) 'Understanding cultural industries'. In: *Journal of Management Inquiry*, 11 (4), 430-441.
- Mommaas, H. (2000) 'De culturele industrie in het tijdperk van de netwerkeconomie'. In: *Boekmancahier*, 43, 26-44.
- O'Connor, J. (2002) 'Cultural Industries'. In: *European Journal of Arts Education*, 2, 15-27.
- Porter, M. E. (1990) *The competitive advantage of nations*. Londen: Macmillan.
- Pratt, A. (2005) 'Cultural industries and public policy'. In: *International Journal of Cultural Policy*, 11 (1), 31-44.
- Rutten, P. (2000) 'De toekomst van de verbeeldingsmachine: de culturele industrie in de eenentwintigste eeuw'. In: *Boekmancahier*, 43, 7-25.
- Segers, K. en E. Huijgh (2006) *Beyond Mythology. Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*. Re-Creatief Vlaanderen working paper WP 2006-02, <http://www.re-creatiefvlaanderen.be/srv/>.
- Swedberg, R. (ed.) (2002) *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford: Oxford University Press.
- Tuomi, I. (2002) *Networks of innovation. Change and meaning in the age of the internet*. Oxford: Oxford University Press.
- Vogel, H.L. (2001) *Entertainment Industry Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/cultuurindustrie/cultuurinvest_presentatie31032006.pdf