

Leren focussen

Truus Gubbels Als je als kunstenaar met succes een opleiding hebt afgerond, is dat nog geen garantie dat je het ook redt in de kunstwereld. Om kunstenaars op weg te helpen bij zelfstandig ondernemerschap biedt Kunstenaars&CO cursussen aan. Een gesprek met Joost Heinsius en Lucie Huiskens.¹

Zo'n 1200 kunstenaars per jaar volgen een cursus bij Kunstenaars&CO. Heinsius: 'Wij hebben ongeveer 3500 kunstenaars in het bestand, van wie 2500 in de WWIK (Wet Werk en Inkomen Kunstenaars) zitten. Er is vanuit die WWIK geen verplichting om een dergelijke cursus te doen, maar het kan mensen wel helpen bij de ontwikkeling van zelfstandig kunstenaarschap.'

De kostprijs van korte cursussen varieert van 90 euro (projectmanagement, twee middagen) tot 325 euro (cijfer- en rekenwerk, zeven middagen). Een cursus ondernemen kost 1200 euro, en de cursus 'Wat bezielt me?' kost 2300 euro voor een jaar lang twee dagen per week. Voor WWIK'ers zijn de meeste cursussen gratis. Er zijn cursussen voor podiumkunstenaars, beeldend kunstenaars en vormgevers. Ze variëren van 'onderhandelen met een galeriehouder' tot 'verwerven van opdrachten' of een traject gericht op jonge ontwerpers (125% Design) waar vragen aan de orde komen als:

'Hoe presenteer ik mijn werk?' 'Hoe vind ik winkels voor mijn tassen, sieraden of meubels', maar ook: 'Hoe deel ik mijn dag zo in dat ik een deel van mijn tijd reserveer voor ontwerpen en een deel voor de zakelijke beslommeringen'.

Veel van deze zaken komen kunstenaars pas tegen ná de academie, maar Heinsius en Huiskens vinden wel dat de onderwijsinstellingen hun curriculum zodanig moeten inrichten dat dergelijke praktijkvragen veel eerder aan de orde komen. Het gaat om meer dan alleen artistieke kwaliteit. Heinsius: 'Kunstenaars die niet in staat zijn om zich op de markt te bewegen of te communiceren met een opdrachtgever komen niet ver. Succesvolle kunstenaars zeggen dat ze 50 à 60 procent van hun tijd bezig zijn met netwerken, opdrachten verwerven en communiceren. En dat terwijl tijdens de opleiding 90 procent van de aandacht uitgaat naar het artistieke deel... Bij beginnend kunstenaars is het vaak: een projectje hier, een

baantje daar. Maar als je succes wilt hebben, moet je op een paar dingen focussen en daar echt voor gaan. In onze coachingsprojecten gaat het daar heel vaak over.'

Moeite met verwoorden
Overigens hebben beeldend kunstenaars evenals dansers – beiden fysiek gericht – in het algemeen meer moeite met het verwoorden van de essentie van hun werk, terwijl theatermakers expressiever en meer extravert zijn. Mede daarom heeft Kunstenaars&CO cursussen gericht op het nadenken over de eigen positie en boodschap – moeilijke, maar ook heel succesvolle cursussen. Mode en design lijken doorgaans wel meer praktijkgericht, maar ook daar gebeurt het dat mensen na de academie in een impasse komen en hun weg moeten vinden.

Elk jaar komen veel ontwerpers in de WWIK die net van de academie komen. Bij de opleidingen op het gebied van nieuwe media, zoals webdesign en gaming, ligt dat anders: daar is de aansluiting op de beroepspraktijk beter en komen bedrijven ook makkelijker met praktijkopdrachten naar de academies. Huiskens meent dat bij de start van het kunstenaarschap het nadenken over de relatie met de buitenwereld erbij hoort: 'Of het nu

'Bij de start van je kunstenaar-schap moet je nadenken over de relatie met de buitenwereld'

gaat om een project dat je hebt bedacht en waarvoor je funding nodig hebt, of dat je auditie wilt doen bij een gezelschap, je zult steeds moeten bedenken wat je wilt bereiken en wat je te bieden hebt. Het is ook van belang te merken dat je niet alleen staat, maar dat anderen daar ook mee zitten. Het merendeel van de deelnemers is afgestudeerd hbo'er, maar er zijn ook wel mensen van instellingen als het Sandberg instituut. Er zijn Prix de Rome-deelnemers en -winnaars maar ook een zangeres als Wende Sniijders heeft aan het begin van haar carrière gebruikgemaakt van de WWIK en bij ons begeleiding gekregen.'

Volgens Heinsius schiet de kunstvakopleiding op drie gebieden tekort: de voorbereiding op de zakelijke kant van het vak, de interdisciplinaire samenwerking en het beeld van de breedte van het beroep. Huiskens voegt daaraan toe dat er ook te weinig aandacht is voor de samenwerking buiten de creatieve sectoren. In het bedrijfsleven is er toenemende interesse voor de inbreng van kunstenaars en creatieven, en dat vraagt samenwerking met technici, managers en marketingmensen.

Maar nog steeds haalt slechts 10 procent van de beeldend kunstenaars een fatsoenlijk inkomen uit de directe kunstmarkt. Van de acteurs heeft een groot deel niet meer dan 5 maanden per jaar betaald werk. Dat betekent dat je andere inkomsten moet zoeken, zoals lesgeven. Of emplooi zoeken buiten de kunstsector. Heinsius: 'Wij laten veel mensen werkervaring opdoen, zo'n 300 per jaar, in bedrijven, in de zorgsector, bij evenementen en publieke organisaties. En dat betekent samenwerken, de taal van een andere sector leren spreken, kijken en begrijpen hoe een organisatie werkt. Vanuit de leergang Kunstenaars in de Samenleving (KIS) hebben wij bijvoorbeeld zulke projecten bij de Openbare Bibliotheek, het VU ziekenhuis in Amsterdam en bij Nova en DSM.'

Gebrekkige voorbereiding

Afgestudeerden van hbo-kunstopleidingen zijn niet echt te spreken over de voorbereiding op de beroepspraktijk: slechts eenderde is daar tevreden over, terwijl dat voor andere hbo-opleidingen 55 à 60 procent is. Tijdens de opleiding vragen de studenten er ook nauwelijks of niet naar, en soms worden de cursussen wel gegeven, maar komen de studenten niet.

Het moge duidelijk zijn dat het ondernemerschap in de creatieve sector sterker ontwikkeld kan worden. Kunstenaars&CO en Kunst & Zaken hebben van de ministeries van OCW en Economische Zaken opdracht gekregen om een programma te ontwikkelen dat daarin verbetering brengt. Dit doen ze in samenwerking met de Willem de Kooningacademie te Rotterdam, de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en ArteEZ (Arnhem, Zwolle, Enschede). Deze instellingen hebben allemaal projecten en activiteiten ontwikkeld gericht op ondernemerschapsontwikkeling. Creative Co-makership biedt hun hulp om de ervaringen en eventuele knelpunten uit die projecten met elkaar op te pakken en om te zetten in concrete vraagstellingen, activiteiten en experimenten met als doel die onderwijsvernieuwing te versnellen en te verbeteren. Huiskens: 'Bij ArteEZ hebben ze bijvoorbeeld het plan opgevat om over de locaties en faculteiten heen praktijkbureaus op te zetten vanuit een instellingsbrede visie over het ondernemerschap, zodat ze zich duidelijk kunnen profileren en het duidelijk is voor studenten dat de beroepspraktijk een belangrijk element is in de opleiding. Creative Co-makership helpt hen deze visie gezamenlijk te ontwikkelen en te implementeren en wil vervolgens met de opgedane kennis ook de andere academies van dienst zijn.

Veel academies werken al met externe opdrachtgevers en die weten de weg naar de onderwijsinstellingen ook wel te vinden. Vanuit de academies wordt echter nog niet

altijd vanuit onderwijsdoelen gekeken naar de projecten, bijvoorbeeld in hoeverre de opdracht een goede confrontatie kan bieden met de beroepspraktijk. Er zijn ook opdrachtgevers die voor een dubbeltje op de eerste rang willen zitten en bijvoorbeeld even een 'versiering van de schuttingen rondom een bouwproject willen'. Dat is natuurlijk geen goed uitgangspunt. Eigenlijk zou je dan vanuit de academie met zo'n opdrachtgever in gesprek moeten gaan om vervolgens gezamenlijk – net zoals je dat aan je studenten probeert te leren – tot een betere doelstelling van zo'n project te komen... Ondernemerschapsontwikkeling moet ook groeien binnen het kunstonderwijs, je kunt de academies niet iets opleggen, ze moeten het zelf ontdekken. Er ligt geen kant-en-klare blauwdruk. Wat wel kan, is voorbeelden uit andere sectoren aandragen, bijvoorbeeld uit het buitenland, op basis waarvan ze dan zelf stappen kunnen ondernemen. Als dat dan werkt, is het ook voor andere opleidingen interessant.'

Op grote schaal kleinschalig

De kunstwereld kent het grootste percentage kleine zelfstandigen van alle beroepsgroepen. En het is tegelijkertijd een wereld met een kleine toplaag, maar ook, net als in andere beroepsgroepen, met een grote groep professionals die zich best kunnen redden en zowel artistiek als maatschappelijk van waarde zijn. Heinsius: 'De vraag is hoe je hen voorbereidt op hun beroepspraktijk; het gaat dan om meer dan alleen artistieke ontwikkeling.' Huiskens: 'De meesten zijn breder inzetbaar, maar ze moeten dan wel een positieve houding hebben tegenover dat andere werk, en niet denken dat het alleen voor losers is. Bijvoorbeeld een eigen label hebben, zoals Viktor & Rolf, heeft toch meer status dan topontwerper te zijn bij Gsus. Eigenlijk een raar idee, want als je daar als designer kunt werken, heb je het toch echt goed

gedaan. Sommigen leren dat ook in te zien, maar anderen blijven hangen in de droom om de nieuwe Viktor & Rolf te worden.'

Het gaat volgens Heinsius vooral 'om het bewustzijn van het eigen kunnen en het je eigen brood kunnen verdienen. Dat geldt voor de top maar net zo goed voor de rest. Je moet weten wat je wilt en daaraan gaan werken. Dat kun je alleen maar goed met een brede blik op de wereld om je heen. Ik denk dat daar ook een deel van het probleem ligt. Die opleidingen focussen vooral op de persoonlijke ontwikkeling, maar daarna moet je je op de buitenwereld richten en dat onderdeel blijft vaak achterwege... Daar komt bij dat er geen idee is over wat er sectorbreed aan permanente opleiding en reflectie nodig is. In deze snel veranderende wereld kun je er niet van uitgaan dat je als professional na de opleiding bent uitgeleerd.

Veel mensen zijn, volgens Heinsius, alleen maar bezig met hun eigen toneelgezelschap of praktijk, en nauwelijks bereid over de hele sector na te denken. Volgens Huiskens is dat sectoraal gebonden: de Beroepsorganisatie van Nederlandse Ontwerpers doet dat bijvoorbeeld wel, evenals de Theateracademie. In het bedrijfsleven scouten grote banken en adviesbureaus al

Onder- nemer- schap is in de creatieve sector niet erg ontwik- keld

jaren de talenten voor het afstuderen. Ze halen ze binnen en bieden ze een traject aan. En galeriehouders scouten bijvoorbeeld eind-examententoonstellingen – maar dat is vaak niet veel meer dan een presentatie van talenten, weggehaald uit de eindexamenshows van de academies. De Dutch Fashion Foundation en de Opera Studio Nederland selecteren de top en bieden hun een verdergaand ontwikkelings-traject aan, maar op de een of andere manier worden dergelijke trajecten te weinig gezien als voorbeeld dat navolging verdient.

Multicultureel

Zijn er andere perspectieven voor nieuwe (multiculturele) generaties? Heinsius: 'Het multicultureel aandeel aan het totale cursusprogramma is – net als bij andere hbo-opleidingen – laag.' Wel is er een apart programma waaraan 100 tot 150 kunstenaars uit alle sectoren kunnen deelnemen: deejays, beeldend kunstenaars, theatermakers. De deelnemers zijn net zo goed 'westerse' allochtonen, als Turken, Marokkanen of Surinamers. Die zitten volgens Huiskens trouwens nog veel meer in de nieuwe mbo-trajecten op het terrein van de kunsten. 'Dat zijn wel de opleidingen die zich daarin heel sterk weten te vernieuwen. Zij hebben geprobeerd zo dicht mogelijk bij de straat te blijven. Kijk bijvoorbeeld naar wat een organisatie als ISH, gericht op jongerencultuur en nieuwe media, doet: die heeft een enorme vormende werking. Het is heel interessant wat daar gebeurt. Deze ontwikkelingen lopen parallel aan de maatschappelijke trend dat creativiteit en cultuur niet alleen (meer) het gebied zijn van de Academie en het hbo. Die instellingen worden nu links en rechts ingehaald door een nieuwe generatie, die vanaf zijn tweede op skates staat en zich de rest van de (vrije) tijd achter de computer bevindt om "hun ding te doen". Wat moeten die op een conservatorium?

Truus Gubbels

is redacteur van *Boekman*

Dansvakopleiding van het Koninklijk
Conservatorium in Den Haag.
Fotograaf: Deen van Meer



Dat er door die mbo-opleidingen eerder op is gereageerd, lijkt te wijzen op een nieuwe markt en is een slimme actie. Daar blijkt ook uit dat het “vakje” hoge kunst steeds moeilijker te handhaven blijft; het is steeds meer een eiland met een hek eromheen waarvoor je examen moet doen om erin te komen... Maar gelukkig zijn er nog een hoop opleidingen die daar wel vorm aan weten te geven.’

Noot

- 1 Joost Heinsius is hoofd afdeling Kennis en innovatie van Kunstenaars&CO, en Lucie Huiskens is belast met het programma Creative Co-makership van Kunstenaars&CO en Kunst & Zaken. De eerste biedt cursussen en handreikingen om zich in de verschillende kunstsectoren beroepsmatig en zakelijk beter te kunnen manifesteren. Kunst & Zaken richt zich op het versterken van het management van culturele instellingen door hen in contact te brengen met expertise uit het bedrijfsleven.