

# Uitgelobbyd

**Bart Kusters**

Omdat we vonden dat een theatrale actie in guerrillastijl niet mocht ontbreken in onze lobby, hadden we een brainstorm belegd. Dit was eindelijk iets tastbaars waar de artistieke kern van Dogtroep zijn tanden in kon zetten. De kantine bruiste van creativiteit en strijdbaarheid, een plan was snel bedacht. Maar één iemand vroeg zich vertwijfeld af waarom onze actie per se in de ontvangstruimte van een hotel moest plaatsvinden...

Helaas is deze onbekendheid met de definitie van het woord lobby (Van Dale: *groep personen die, meestal achter de schermen, pressie uitoefent op het overheidsbeleid*) niet symptomatisch voor onze sector. Eigenlijk zijn we al decennialang verwickeld in een continue lobby – soms collectief, dan weer individueel; soms in de openbaarheid, dan weer achter de schermen – tegen de voortschrijdende marginalisering van de kunsten. We zijn moe van het lobbyen en degenen die we willen bereiken, zijn moe van het gelobbyd worden (om van het onwetende dan wel onverschillige publiek nog maar niet te spreken). De inmiddels ingezette depolitisering van het kunstenbeleid zal dan ook voor de meeste betrokkenen een verademing zijn.

## **Laat Dogtroep Leven**

Maar terug naar het voorjaar van 2004, als we (nog niet gehinderd door deze cynische dan wel realistische kijk op de zaak) bezig zijn met de vorming van het Dogtroep campagneteam. We dreigen 70 procent van onze rijkssubsidie te verliezen, maar daar zullen de verzamelde kunstenaars, communicatiegoeroes en bestuursleden wel een stokje voor steken. In een mum van tijd worden op grote schaal affiches, kaarten en dvd's verspreid met als symbool de gieter (*Laat Dogtroep Leven*). Uit alle hoeken (van Wilfred Takken tot de Heideroosjes) komen openlijke steunbetuigingen. Daarbij zoeken we – als publiekslieveling bij uitstek – ons heil vooral bij de volksvertegenwoordigers, die maandenlang worden overstelpt met e-mails, gieters en andere boodschapdragers. (Dit doet cultuurwoordvoerder Margot Kraneveldt van de LPF tijdens het debat over de Cultuurnota verzuchten dat groepen die zo veel tijd en middelen aan een lobby kunnen besteden wat haar betreft duidelijk te veel subsidie ontvangen.)

De campagne krijgt steeds meer momentum. In juni vernemen we van de staatssecretaris dat de subsidie van 250.000 euro wordt verhoogd naar 300.000 euro. Een fooi natuurlijk, maar ook een teken van kwetsbaarheid (denken we). Hoogtepunt van de campagne is de dag dat we een zes meter hoge gieter van steigermateriaal, gevuld met zingende medestanders, voor de ingang

Demonstratie Dogtroep op  
het Museumplein, Amsterdam



**Bart Kusters**

is directeur ad interim bij Dogtroep

van de Tweede Kamer plaatsen. Grote foto's op de voorpagina's van de *NRC* en de *Leeuwarder Courant*. Kamerleden en ministers die ons enthousiast komen begroeten. Er worden geruststellende woorden gesproken door zowel oppositie- als regeringspartijen. Het zal allemaal goed komen...

Het komt helemaal niet goed. In antwoord op een door de SP ingediende motie om de subsidie van Dogtroep op niveau te houden, geeft de staatssecretaris aan niet inhoudelijk te zullen reageren op vragen over instellingen, waarvan de subsidie in een eerdere ronde al is verhoogd. Zo wordt die extra 50.000 euro van juni ons fataal. Geen discussie. De motie van de SP wordt gesteund door de PvdA en D66. Bij lange na geen meerderheid. Einde verhaal.

**Tragische conclusies**

Welke conclusies kunnen we aan deze tragische geschiedenis verbinden? Allereerst dat een campagne in een dergelijk laat stadium weinig kans op succes biedt. Veel beter is het om je zaak ver van het openbare debat onder de aandacht te brengen bij de beleidsmakers. Als je eenmaal in de hoek zit waar de klappen vallen, wordt het heel moeilijk. Er zijn altijd voldoende stokken om mee te slaan en als de een niet past, pakt men een ander. Ter illustratie: in dezelfde zitting waar een producerende instelling werd gekastijd wegens te weinig publieksopbouw en te geringe eigen inkomsten, werd over Dogtroep gezegd: 'Omdat jullie zo veel publiek genereren en geld uit de markt kunnen halen, heb je minder subsidie nodig.' Tegen dergelijke redeneringen is geen e-mailcampagne of reuzengieter opgewassen.

Verder moeten we in onze drang om individueel te overleven het collectieve belang niet uit het oog verliezen. Meer samenwerking is hoe dan ook noodzakelijk om een serieuzere gesprekspartner te worden voor overheid en fondsen. Belangenorganisaties als Kunsten '92

en de VNT moeten worden versterkt om het uitgangspunt van de sector als geheel te versterken. Ten slotte moeten we als individuele kunstenaars en instellingen vooral ons werk laten spreken. Om de snel oprukkende marginalisering van onze sector te stuiten, moet het belang van de kunsten evident zijn. Het beeld van een – op het narcistische af – naar binnen gekeerd wereldje moet doorbroken worden door de luiken naar alle lagen van de samenleving te openen. Ironisch genoeg heeft Dogtroep 33 jaar lang nooit anders gedaan.

Inmiddels is bekend dat Dogtroep na 2008 niet langer als gezelschap doorgaat omdat het onmogelijk is gebleken om met de sterk verminderde subsidie te voldoen aan de verwachtingen van overheid, publiek en vooral de makers zelf. Zo creëren de beleidsmakers hun eigen gelijk. Dat wel.

Campagne Dogfight

