

# 'We móéten soms korzelig zijn'

**Anita Twaalfhoven** Martijn Sanders, die bijna een kwarteeuw directeur van Het Concertgebouw was, is een spin in het web van belangenbehartiging binnen de kunstwereld. Wat is volgens hem het geheim van een effectieve kunstlobby?

Martijn Sanders was tien jaar directeur bij een groot bioscoopconcern, toen hij in 1982 de overstap maakte naar het directeurschap van Het Concertgebouw. In die functie maakte hij zich ook sterk voor een brede belangenbehartiging van de kunstwereld en was hij betrokken bij de oprichting van initiatieven als Amsterdam Kunstenstad, Kunsten '92, de Cultuurformatie en de Commissie Cultuurprofijs. In 2006 nam Sanders afscheid van Het Concertgebouw, maar niet van de vele advies-, bestuurs- en voorzittersfuncties in binnen- en buitenland. Deze spreiden zich uit van de Vereniging Rembrandt en het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties tot het Bureau Promotie Podiumkunsten, het Gergiev Festival en de Erasmusprijs.

Martijn Sanders is, kortom, een spin in het web van de kunstwereld en kenner van de kunstlobby bij uitstek. 'In de afgelopen 25 jaar heb ik de lobby van de kunstwereld behoorlijk zien

professionaliseren', zegt hij. 'Mijn betrokkenheid is destijds begonnen met een aantal bijeenkomsten in het Concertgebouw. Ik werd door mensen als Ad 's-Gravesande, Jan Blokker en Frans de Ruiter gevraagd om mee te praten over (het gebrek aan) kunst en cultuur op televisie. Wij misten culturele programma's op prime time. Met Stichting Derde Net hebben we de komst bepleit van een derde net, voor kunst en cultuur. Dat net is er uiteindelijk ook gekomen, zij het met een andere invulling. Ad 's-Gravesande zet het werk nu voort met Omroep C.'

Naar aanleiding van een plan van de toenmalige minister van Cultuur Hedy d'Ancona, om van gesubsidieerde instellingen 15 procent eigen inkomsten te vragen, volgde een serie nieuwe bijeenkomsten. Vanuit de constatering dat de kunstwereld zeer verbrokken was en er niets was dat al die sectoren met elkaar verbond, opperde Frans de Ruiter het idee om 'alle

kunstsectoren bijeen te roepen'. Zo ontstond later het initiatief Kunsten '92. Sanders: 'De betreffende maatregel van de minister ging iedereen in de kunstwereld aan en de weerklank was dan ook heel groot. Al snel werden we ook als gesprekspartner gezien door Stevijn van Heusden en Hedy d'Ancona van OCW, die Frans de Ruiter, Reinbert de Leeuw en mij thuis uitnodigde om van gedachten te wisselen. Ik vond het verbazingwekkend dat er zo goed naar ons werd geluisterd. Het was een brede beweging die veel publiciteit genereerde.'

#### **Samen rond de tafel**

Dit alles was nog maar het begin. Vervolgens was Sanders betrokken bij tal van andere lobby-initiatieven. 'Ik vond dat in Amsterdam de kunstsector, de ambtelijke sector en het bedrijfsleven samen rond de tafel moesten gaan zitten. Dat heeft geweldig gewerkt, omdat je samen aan dezelfde kant komt te staan en kijkt naar belangen die je met elkaar verbindt. Daar is uiteindelijk Kunst van Vooruitzien uit voortgekomen, maar ook Kunst en Zaken en Kunst en Meerwaarde.'

'De oprichting van de Cultuurformatie was een idee van Bert Holvast, die vond dat de kunstwereld uit haar ivoren toren moest komen. Kunsten

'De kunstlobby is nog heel hard nodig en zou zich juist moeten uitbreiden'

'92 vertegenwoordigt echt de lobby van de kunstwereld, de cultuurformatie zoekt verbindingen tussen kunstsector en andere sectoren. Daar is onderling overigens goed contact over.'

Wat is het geheim van een effectieve kunstlobby? 'Alexander Rinnooy Kan zei altijd: "Je moet fel in de publiciteit treden, maar steeds gerechtvaardigd." Men moet je standpunt kunnen delen. Als het om onredelijke of onbegrijpelijke eisen gaat, jaag je mensen juist tegen je in het harnas.' Ook moet je duidelijke speerpunten kiezen en niet alles tegelijk willen doen, benadrukt hij. 'Als je eenmaal "lobbycontacten" hebt, is het van belang die contacten warm te houden en nooit het lijntje te breken. Je moet zorgen je nooit zó ver van deze mensen te verwijderen dat het contact niet meer te herstellen is.'

Welke troeven heeft de kunstwereld in handen om pressie uit te oefenen? 'Men vreest de nauwe band tussen de kunstsector en de geschreven media. In de pers vindt bijna alles wat in de kunstwereld gebeurt veel weerklank. Dat maakt je niet altijd populair bij beleidsmakers, wel invloedrijk. Politici en beleidsmakers zien de kunstwereld in zekere zin als "lastig", "elitair" en "vervelend". "Het is ze nooit genoeg en ze zijn nooit tevreden!", denkt men. Maar al maakt het ons niet geliefd, we moeten soms korzelig zijn.'

#### **Realistische opstelling**

In Sanders' optiek draait het in een effectieve kunstlobby echter niet om 'blinde belangenbehartiging'. Het kan ook van belang zijn mee te denken met de overheid en je daarin realistisch op te stellen. Zoals met de Commissie Cultuurprofijt waarvan Sanders voorzitter was. 'Minister Plasterk heeft de commissie gevraagd voorstellen te formuleren om de maatschappelijke verankering van kunst te vergroten en de financiering van kunst te verbreden.' De minister moet in de periode 2008-

**Anita Twaalfhoven**is hoofdredacteur van *Boekman*

2011 bezuinigen op kunst en cultuur, met een bedrag dat oploopt van 15 miljoen tot 50 miljoen euro per jaar. In het regeerakkoord heeft deze bezuiniging de benaming ‘profijtbeginsel cultuur’ meegekregen. Tegelijkertijd is er in deze periode een extra bedrag beschikbaar voor nieuw cultuurbeleid dat oploopt tot 100 miljoen euro per jaar. Kunstinstellingen zouden de bezuinigingen deels moeten opvangen door het vergroten van de eigen inkomsten, waaraan de minister met dit nieuwe beleid wil bijdragen.

‘Het zou desastreus zijn als de kunstwereld 50 miljoen zou moeten inleveren’, vindt Sanders. ‘Maar het idee hierachter, het verhogen van de eigen inkomsten, kan wél door de beugel. Als er financiën beschikbaar zijn voor stimuleringsmaatregelen die zorgen dat kunstinstellingen die inkomsten ook inderdaad kunnen halen, wil ik daar vanuit de commissie graag over meedenken.’

Je zou zelfs kunnen zeggen dat deze vorm van belangenbehartiging een kroon op het werk van de kunstlobby is: ‘Beleidsmakers vinden mondigere mensen voor zich om al in een vroeg stadium mee te overleggen over de invulling van het beleid.’

Waarom draait het in ‘de lobby van de toekomst’? ‘Een belangrijke lobby in deze tijd is die voor meer diversiteit in de kunstwereld, zoals Netwerk CS of Atana doen. Maar ik hoorde in de wandelgangen van directeur Mavis Carrilho “wij gaan onszelf opheffen”. Je vraagt je af waarom men daarvoor kiest. Deze lobby is nog heel hard nodig en zou zich juist moeten uitbreiden.’

Meer in het algemeen draait het om een voor andere partijen overtuigende legitimering van kunst. ‘Om het belang van kunst te motiveren wijkt men steeds vaker uit naar economische argumenten, zoals: “De investering van 256 miljoen euro in de kunstsector heeft de toeristische sector 400 miljoen euro extra opgeleverd.” Maar zit het belang van Rembrandt in het feit dat hij toeristen naar Nederland brengt? Als buiten-

staanders vragen naar de noodzaak van kunst in de samenleving, heeft de kunstwereld eigenlijk nog steeds geen glashelder antwoord of overtuigende *oneliners* paraat.’