

Boekbespreking

Aangepaste helden

Ed Schilders



Karen Ghonem-Woets – *Boeken voor de katholieke jeugd. Verzuiling en ontzuiling in de geschiedenis van Zwijzen en Malmberg* – Zutphen: Walburg Pers, 2011 – ISBN 9789057307140 – Prijs: € 39,50

Precies zestienhonderd doden. Zelfs voor een feuilleton van 2.613 pagina's is dat inderdaad rijkelijk veel. De Utrechtse frater J.J. Doodkorte wees daarop in zijn pedagogische boekje *Jeugd en lectuur* (1922) om te waarschuwen tegen boeken die ongeschikt waren voor de katholieke jeugd. Deze 'overkill' betrof het feuilleton *Woudroosje*, waarvan men aannam dat het geschreven was door Karl May, de auteur van de zeer populaire Winnetou-trilogie. Om zijn waarschuwing kracht bij te zetten, gaf hij een lange specificatie van de zestienhonderd sterfgevallen: 'Gescalpeerd 240, vergiftigd of door gas verstikt 219, doodgestoken 130, met de vuist neergeveld 61, in het water geworpen 16, den hongerdood overgegeven 8, gerechtelijk ter dood gebracht 4, den krokodillen geofferd 3, opgehangen aan een boom, boven een rivier, waarin krokodillen huisden 3...' Daarnaast presenteerde hij nog een lijst van gewelddadigheden, waaronder: 'Gekitteld totdat de slachtoffers krankzinnig werden 2.'

J.J. Doodkorte speelt een prominente rol in *Boeken voor de katholieke jeugd*, en wel in het vijfde hoofdstuk, waar de auteur, Karen Ghonem-Woets, onderzoek doet naar de wijze waarop de vaderlandse geschiedenis gestalte heeft gekregen in katholieke en protestantse geschiedenisboekjes en jeugdboeken. Op dat gebied was Doodkorte beduidend succesvoller als katholiek ideoloog dan op het stuk van de ontspanningslectuur.

Niettemin geeft zijn filippica tegen Karl May treffend weer hoe het in die tijd nieuwe probleem van de populaire jeugdlectuur door sommigen bijna casuïstisch benaderd werd, en hoe de auteur heeft willen bijdragen aan de

idealen en de instandhouding van een godsdienstig-pedagogische verzuiling. Doodkorte was bijvoorbeeld ook een van de felste tegenstanders van wat toen 'neutrale' lectuur werd genoemd, boeken die weliswaar niet strijdig waren met de katholieke zedenleer, maar die die leer ook niet propageerden. Zo'n boek is, schrijft hij, de bij de jeugd zeer populaire roman *Alleen op de wereld*, Hector Malot's *Sans famille*. De uitgaven daarvan staan in groten getale in 'Roomsche bibliotheken, op zooveel Roomsche scholen', maar eigenlijk deugt er niks van. De aap Joli-Coeur en de hond Capi lijken in hun gevoelens veel te veel op mensen; Rémy leest lukraak alles wat hij op zolder vindt; en ook van het sterfbed van Vitalis had Doodkorte beslist een vromere versie kunnen schrijven dan Malot.

Ontzuiling

Het aardige is nu, dat Doodkortes *Jeugd en lectuur* verschenen is in de 'Pedagogische brochurenreeks' van 'Uitgeverij het R.K. Jongensweeshuis' in Tilburg, de uitgeverij en drukkerij van de fraters van Tilburg, tegenwoordig beter bekend als Uitgeverij Zwijzen (de bisschop die de fratercongregatie stichtte), gerenommeerd als uitgever van onderwijsmethoden voor de basisscholen, en populaire jeugdboeken, -reeksen en -tijdschriften. *Boeken voor de katholieke jeugd* is namelijk de zeer verzorgd uitgegeven handelseditie van het proefschrift waarop Karen Ghonem-Woets in 2005 promoveerde aan de Universiteit van Tilburg. Het heeft als belangrijkste onderwerp de vraagstelling hoe de twee invloedrijkste katholieke uitgeverijen van onderwijsboeken en jeugdlectuur, Zwijzen in Tilburg en Malmberg in Den Bosch, zich zowel in onderwijs- als in lectuurland staande hebben

Ed Schilders

is schrijver en columnist. Zijn bijdragen verschijnen onder meer in *Brabants Dagblad*, *de Volkskrant* en op de website voor Brabantse cultuur www.cubra.nl

kunnen houden ondanks de ontzuiling van godsdienstig Nederland, en hoe ze konden uitgroeien tot 'toonaangevende uitgeverijen voor de gehele Nederlandse markt'.

Wat uitgeverij Zwijssen betreft, zou je kunnen zeggen: ondanks 'hardliners' als Doodkorte en een 'huisauteur' als frater Sigebertus Rombouts, de invloedrijke hoofdredacteur van de 'Pedagogische brochurenreeks'. In de ontwikkeling van beide uitgeverijen komen de katholiek-pedagogische opvattingen vanaf circa 1950 op gespannen voet te staan met de ontwikkelingen in het onderwijs en de samenleving. Ghonem-Woets brengt dat spanningsveld in kaart, maar bespreekt ook gedetailleerd hoe de ontwikkelingen hun beslag kregen in de jeugdliteratuur en de uitgaven voor het lees-, geschiedenis- en aardrijkskunde-onderwijs. Het laatstgenoemde segment betreft bijvoorbeeld leatuur over de missie en volkenkunde.

Samengevat lijkt de conclusie: de katholieke uitgevers hadden veel meer realiteitszin dan de katholieke pedagogen. In de jaren vijftig wordt de band van de uitgeverijen met de onderwijscongregaties (die zeer vaak de auteurs leverden) losser, en wordt de ontzuiling steeds evidentier. Na een periode van wat de auteur het 'tweesporenbeleid' noemt (uitgeven voor zowel een katholieke als een algemene markt), is de katholieke signatuur van de uitgeverijen vanaf circa 1980 definitief verleden tijd.

Arendsoog

In het licht van deze ontwikkelingen is het een opmerkelijke conclusie dat de ontzuiling veel langzamer en minder radicaal greep heeft gekregen op de twee populairste

reeksen van de uitgeverijen: de avonturen van de kabouters Puk en Muk van Frans Fransen (frater Franciscus Xaverius) bij Zwijssen, en de Arendsoog-reeks van J. Nowee en later zoon P. Nowee bij Malmberg.

Ghonem-Woets wijdt een apart hoofdstuk aan het karakter van deze jeugdhelden onder de titel 'Aangepaste helden'. De avonturen van Puk en Muk waren immers gebaseerd op die van 'Puckchen und Muckchen' van Carl Storch, en Nowee maakte er geen geheim van dat hij zijn held geschoeid had op de leest van Karl May, zij het 'als tegenhanger'. Het hoofdstuk is een mooi gedetailleerde beschrijving van de wijze waarop de helden geschikt werden gemaakt voor jonge katholieke lezers. Dat bij Puk en Muk de Duitse 'koek' vervangen werd door het Brabantse 'worstenbroodje', is voor de katholieke strekking (misschien) niet zo belangrijk, maar het zegt toch iets over de grondigheid waarmee de aanpassingen werden uitgevoerd.

Van die grondigheid was de uitgever bij De Spaarnestad overigens niet overtuigd toen hij in 1934 het manuscript van Nowees eersteling *Arendsoog* had gelezen. Het boek had toch nog te veel van het 'opwindende en verruwend' van Karl May, en miste een vanzelfsprekende 'opvoedkundige strekking in katholieken geest'. Waarna Nowee het boek aanbood bij Malmberg, dat het uitgaf. Van de *Arendsoog*-reeks werden in de volgende zestig jaren vijf miljoen exemplaren verkocht.

Literatuur

Doodkorte, J.J. (1922) *Jeugd en lectuur*. Tilburg: R.K. Jongensweeshuis.

Boekbespreking

Tegen de zinloosheid

Liesbeth Eugelink



Bas Heijne – *Echt zien. Literatuur in het mediatijdperk* – Amsterdam: Athenaeum-Polak & Van Genneep, 2011 – ISBN 9789025367206 – Prijs € 12,50

Wat is er met Bas Heijne gebeurd? In 2009 schreef hij nog, in reactie op het toen pas verschenen boek *De revanche van de roman* van Thomas Vaessens, vol vuur: 'Wat nodig is [...] is niet een hoogleraar die liefst zou willen dat de literatuur helemaal in de werkelijkheid zou opgaan, maar juist een criticus die [de] kracht van de literatuur laat zien.' (*NRC Handelsblad*, 3 april 2009) Waarmee de essayist doelde op de Engelse James Wood, die in zijn studie *How Fiction Works* (2008) precies laat zien waar het eigene van de literatuur uit bestaat.

Anno 2011 lijkt er van Heijnes oorspronkelijke enthousiasme weinig over. 'Er worden weliswaar nog steeds romans geschreven en er zijn heus genoeg romanschrijvers. Sommigen van hen zijn heel bekend. Ze doen er alleen niet toe', zo stelt hij op iets meer dan een derde van zijn essay *Echt zien. Literatuur in het mediatijdperk*. Het essay lijkt daarmee geschreven vanuit een teleurstelling. Een teleurstelling van iemand die altijd hartstochtelijk geloofde in 'de noodzaak van fictie om onze eigen ervaringen vorm te geven en te doorgronden', maar wiens geloof in de loop der jaren is omgeslagen in weerstand, weezin zelfs.

Het is een uiterst persoonlijke bekentenis in dit derde essay in de reeks 'Over de roman'. Het is ook een problematische biecht. Want hoe verdedig je iets waar je zelf bijna niet meer in gelooft? *Echt zien* is Heijnes manhaftige poging om iets van het vroegere geloof in de roman terug te vinden. Na het verhaal over zichzelf als teleurgestelde fictielezer, en na een analyse van onze wereld die 'gedomineerd wordt door het fotografische beeld', eindigt het derde en laatste deel dan ook met een oproep tot morele betrokken-

heid: 'In het mediatijdperk hangen er [...] meer weefsels dan ooit tussen onze blik en de wereld. Om die te kunnen scheuren, moet de romanschrijver zijn en onze blik opnieuw richten.'

Mysterie

Het onderwerp dat Heijne aansnijdt in *Echt zien* is niet nieuw; al in 2003, in de Kellendonk-lezing *Naar een nieuwe kunst*, ging hij op zoek naar de betekenis van kunst en literatuur in de internationale mediacultuur. Ook de conclusie was hetzelfde: 'Het is die onwerkelijke werkelijkheid waaruit de kunst ons zou moeten laten ontsnappen. Niet door realisme na te streven, dat is al alomtegenwoordig in onze beelden- en informatiecultuur, maar door ons sufgeslagen bewustzijn opnieuw in contact te brengen met de werkelijkheid', stelde hij toen.

De waarde van kunst bestaat dus uit de manier waarop zij zich, op geheel eigen wijze, verhoudt tot de werkelijkheid en daarin dóórdringt. In de Kellendonk-lezing spreekt hij in het kader daarvan van 'het mysterie van de werkelijkheid'. In *Echt zien* heet het, onder verwijzing naar Louis Couperus' roman *De stille kracht* (1900), 'de mystiek der zichtbare dingen'. Kunst is dus bedoeld om ons te laten schouwen onder de oppervlakte van de werkelijkheid. 'De menselijke verbeelding trekt voortdurend een sluier voor de werkelijkheid; het is de literatuur die deze sluier afrukt, paradoxaal genoeg door middel van de fictie, het verhaal', aldus de auteur.

Dat is 'slim' geredeneerd, want door de werkelijkheid te betrekken in zijn denken over kunst en literatuur maakt Heijne deze disciplines op slag gelijk aan andere disciplines als de wetenschap en de media die zich op hún

Liesbeth Eugelink

is schrijver, essayist en criticus.
www.liesbetheugelink.nl

manier verhouden tot de werkelijkheid.

De bewering roept echter ook vragen op, met name ten aanzien van de werkelijkheidsdiscoursen waar hij uit put. In *Echt zien* resoneert enerzijds een platoonse opvatting over de werkelijkheid mee: wij mensen zien niet de echte werkelijkheid, maar slechts schaduwen daarvan. Door het gebruik van de woorden 'mysterie' en 'mystiek' klinken er ook religieuze duidingen van de werkelijkheid in door. Op andere plaatsen lijkt hij weer aangesproken door de filosoof Kant, die ervan uitgaat dat de werkelijkheid weliswaar bestaat, maar (alleen) niet te kennen is. En daarnaast lijkt de essayist 'geslagen' door het postmodernisme, dat ervan uitgaat dat 'De werkelijkheid' überhaupt niet bestaat.

Het centrale idee van Heijnes essay, namelijk dat de roman ons 'echt laat zien', blijft daardoor wat schimmig. De specifieke invulling die hij daar uiteindelijk aan geeft, bevredigt niet. Daarvoor doet zijn oproep tot morele betrokkenheid mij te veel denken aan het soort engagement waar Vaessens in het eerdergenoemde *De revanche van de roman* (2009) een lans voor breekt; een boek dat Heijne, op andere gronden, overigens verre van zich werpt.

Desillusie

De grootste tekortkoming is echter dat Heijne de aard van zijn eigen teleurstelling te weinig onderzoekt. Want het kan wel zijn dat zijn vroegere literaire helden zoals Salman Rushdie, Kazuo Ishiguro en Orhan Pamuk voor hem verongelukt zijn, maar waar in zijn betoog zijn die andere hedendaagse ster-schrijvers? Waar is bijvoorbeeld J.M. Coetzee? Waar is Ian McEwan,

Marilynne Robinson, David Vann? Stuk voor stuk auteurs met meesterwerken op hun naam die hij onrecht doet met zijn hoogst-persoonlijke desillusie.

'Wie zich wil wapenen tegen zinloosheid, zal in iets moeten geloven', schreef Heijne ooit in zijn essaybundel *De wijde wereld* (2000). Dat ideaal lijkt niet verdwenen. En het heilig vuur om het geloof bij zichzelf brandend te houden en de zinloosheid buiten de deur te houden, flakkert bij vlagen op – zoals in de bevlogen passages over Couperus, of in de ontroerende beschrijving van een lezende Marilyn Monroe. Maar in verhouding tot zijn deceptie is dat al met al *too little, too late*.

Literatuur

- Heijne, B. (2000) *De wijde wereld*. Amsterdam: Prometheus.
 Heijne, B. (2003) *Naar een nieuwe kunst. Kellendonk-lezing 2003*. Nijmegen: Nijmegen University Press.
 Heijne, B. (2009) 'Let op het koken van de kreeft. Wat moet de schrijver nu de traditionele literaire cultuur op sterven na dood is?' In: *NRC Handelsblad*, 3 april.
 Vaessens, Th. (2009) *De revanche van de roman: literatuur, autoriteit en engagement*. Nijmegen: Vantilt.
 Wood, J. (2008) *How Fiction Works*. Londen: Jonathan Cape.

Boekbespreking

Stadsfabricage bij tegenwind

Dave Wendt



Geert Medema – *Achter de façade van de Hollandse stad. Het stedelijk bouwbedrijf in de achttiende eeuw* – Nijmegen: Vantilt, 2011 – ISBN 9789460040535 – Prijs € 29,95

In de loop van vorig jaar verscheen een mooi uitgegeven handelseditie van het proefschrift waarop architectuurhistoricus Geert Medema in 2008 promoveerde aan de Universiteit Utrecht. Onderwerp is de uitvoering en organisatie van de publieke werken in zeven Hollandse steden in de 18de eeuw. Na tweehonderd jaar van uitzonderlijke economische, demografische en ruimtelijke groei was die 18de eeuw voor Holland een tijd van economische teruggang. Door buitenlandse concurrentie en protectionisme nam de bedrijvigheid in de handelssteden af. Een grote schuldenlast verergerde de situatie. Hoe hielden de stedelijke bouwbedrijven van Amsterdam, Delft, Haarlem, Gouda, Leiden, Rotterdam en Schiedam in die economisch magere jaren de openbare werken op peil? Hoe kon de façade van een welvarende burgerstad overeind blijven, terwijl de financiële middelen daarvoor eigenlijk ontoereikend waren?

De 'stadsfabrieken', zoals de stedelijke bouwbedrijven in de 18de eeuw heetten, zorgden voor de bouw en het onderhoud van vrijwel alle stedelijke publieke werken. Hun taakgebied omvatte een grote diversiteit aan openbare gebouwen – onder meer stadhuizen, theaters, logementen, marktgebouwen en 'gestichten' voor bejaarden, armen en andere behoeftigen. Daarnaast waren ze verantwoordelijk voor de stedelijke infrastructuur: stadsmuren, poorten, straten, wegen, pleinen en openbaar groen, maar ook de in Holland zo belangrijke waterbouwkundige werken als havens, grachten, sluisen, bruggen, kades en dijken, en de vaak zeer omvangrijke baggerwerken waarmee de vele wateren op diepte werden gehouden. Ook hadden zij de

stadsreiniging en de straatverlichting onder hun hoede.

Aan het hoofd stond een lid van het stadsbestuur of een meerkoppig bestuurscollege. Onder deze bestuurlijke functies, met titels als thesaurier, opperfabriek, fabrieksmeester of havenmeester, stond een uitvoerende organisatie, geleid door ambachtelijk geschoolde bouwbazen in vaste dienst die luisterden naar namen als onderfabriek, stadsfabriek, stadsbouwmeester of stadsarchitect. Daarnaast waren in de stadsfabricage vaak grote aantallen werklieden en arbeiders aangesteld, omdat bijna al het werk werd uitgevoerd in eigen beheer. De omvang van deze complexe bedrijven wisselde van stad tot stad. Het bouwbedrijf van Amsterdam, met afstand het grootste, had in 1777 niet minder dan 1.196 man in dienst.

Bezuinigingen

De stadsbouwbedrijven slokten ongeveer een vijfde van de stedelijke uitgaven op. Toen in de tweede helft van de 18de eeuw veel stadsbesturen moesten bezuinigen, was nadrukkelijk ook de stadsfabricage een doelwit. Het bestuur van Leiden nam in 1768 een radicaal besluit: de meeste werklieden en arbeiders werden zonder pardon ontslagen en alle publieke werken werden voortaan aanbesteed bij particuliere bedrijven. Voor begeleiding van de aanbesteding en advisering van het stadsbestuur werd alleen nog een kleine staf in stand gehouden. Enkele jaren later besloot ook het Delftse bestuur te snijden in de eigen organisatie, maar geleidelijk, zodat de stadsfabriek werd verkleind door natuurlijk verloop. Andere stadsbesturen beperkten zich tot het streng bewaken van de omvang

van het personeelsbestand in de stadsfabricage.

In Leiden en Delft werd verwacht dat particuliere aanbesteding een verlaging van de loon- en materiaal-kosten tot gevolg zou hebben – de grootste kostenposten van de stadsfabricage. Maar de praktijk bleek weerbarstig. Het opstellen van uitvoerige bestekken en voortdurende strenge controle op de naleving ervan waren voor succesvolle aanbesteding van de publieke werken cruciaal. Met die lastige en zeer tijdrovende taken wist het personeel zich vaak geen raad, wat leidde tot opeenstapeling van achterstallig onderhoud.

Een Leids onderzoek van omstreeks 1785 stelde zonder omhaal dat aanbesteding niet had geleid tot verlaging van de kosten, maar wel tot werk van inferieure kwaliteit. Muren die massief hadden moeten zijn, werden hol opgeleverd, of volgestort met vuilnis. Bij de aanbestede nieuwbouw van een armenhuis traden allerlei misstanden aan het licht. Door dit soort malversaties eindigde de particuliere aanbesteding regelmatig voor de rechtbank.

Wantrouwen

De stadsbesturen probeerden ook om de stadsfabricage efficiënter te maken door het aanscherpen van werkvoorschriften, betere controle van de boekhouding en uitbreiding van de schriftelijke verslaglegging. Heikel punt daarbij was het diepe wantrouwen tussen de ambachtsbazen van de stadsfabrieken en de regenten die belast waren met het bestuurlijke toezicht. Van de Delftse stadsfabriek Nicolaas Terburgh werd gezegd dat hij gewoon was de regenten, 'welke meestal geen kennis van bouwkunde hadden', 'zo blind te houden als enigszinds mogelijk is, en alle ordres en

reglementen ten nutte van de fabricage genomen, zodra mogelijk ter zijde te schuiven en in vergetelheid te stellen'.

Om dit soort tegenwerking in de eigen organisatie te omzeilen, zochten de stadsbesturen voor de top van hun bouwbedrijven steeds vaker naar personeel dat niet uit ambachtskringen afkomstig was. In Amsterdam werd in 1746 de ingenieur Frederik Gerard Meijbaum aangesteld op een hoge post in het bouwbedrijf. Bij een vergelijkbare reorganisatie in Leiden werd een nieuwe ambtelijke toppositie vergeven aan Dirk van der Boon, een bouwkundige met een niet-ambachtelijke achtergrond, die bovendien geen banden had met de Leidse bouwwereld. Met dergelijke ingrepen probeerde het bestuur zich te verzekeren van onafhankelijk advies en een betere greep op de organisatie.

Medema staat uitvoerig stil bij de achtergrond van de mensen die in de fabricage werkzaam waren. De hierboven genoemde Van der Boon was het product van een uniek instituut: de Delftse vestiging van de fundatie van Renswoude. Begaaft weesjongens kregen aan deze in 1754 opgerichte particuliere school, met behalve in Delft ook filialen in Utrecht en Den Haag, theoretisch onderwijs in een grote verscheidenheid aan wiskundige, artistieke en bouwkundige vakken. Daarnaast verwierven pupillen werkervaring in de praktijk, waarvoor de fundatie leercontracten afsloot met ambachtsbazen. Door de theoretische component in dit onderwijs konden de pupillen hun vooral ambachtelijk opgeleide vakgenoten in de stadsbouwbedrijven moeiteloos de baas.

Nadat Dirk Smits, een van de eerste pupillen die de Delftse fundatie verliet, op een hoge post

Dave Wendt

is redacteur bij ARCAM, het architectuurcentrum van Amsterdam. Daarnaast verricht hij architectuurhistorisch onderzoek en schrijfwerk

in een hoogheemraadschap was benoemd, besloot het bestuur van de fundatie om voortaan de meest getalenteerde jongens op te leiden voor het publieke bouwbedrijf. Dat resulteerde in een reeks van alumni die het in hun vakgebied ver zouden schoppen, met als bekendste Frederik Willem Conrad, die op zijn 37ste aan het hoofd kwam te staan van het Bureau voor den Waterstaat – de voorloper van Rijkswaterstaat.

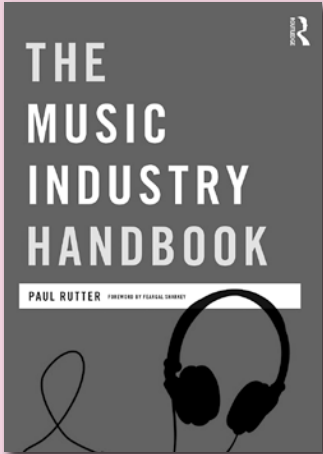
Maar niet altijd liep het zo mooi af. De veelbelovende wees Eryck van Hern werd na afronding van zijn leertraject bij de Delftse fundatie in 1776 in Leiden benoemd tot assistent-stadsfabriek naast Van der Boon. Daar vergooide hij de hem geboden kans, door in strijd met de voorschriften de stad te verlaten en zich een week lang te verbergen bij vrienden in Den Haag. Van Hern werd ontslagen, minder dan een jaar na zijn benoeming.

In *Achter de façade* doet Medema wat hij zich voorneemt te doen, en hij doet dat vooral heel grondig, uitvoerig en gedetailleerd. Van het wel en wee van de Hollandse stadsfabrieken in de 18de eeuw blijft weinig onbelicht; organisatie, ontwikkeling, mentaliteit, sociale achtergronden, onderlinge verhoudingen en omgangsvormen geeft hij zo nauwkeurig weer dat je als lezer soms denkt te kunnen voelen hoe het geweest moet zijn om in die 18de-eeuwse wereld geleefd te hebben. Bij vlagen krijgt Medema's proefschrift daardoor iets van een spannend leesboek, maar dat is het als geheel toch beslist niet geworden. Door de enorme hoeveelheid informatie is *Achter de façade* wel een imposante kennisverzameling, een wetenschappelijke informatiezee die door vakgenoten nog tot in lengte van dagen kan worden bevangen en bevist.

Boekbespreking

Een boek dat doet wat het belooft

Koos Zwaan



Paul Rutter: *The Music Industry Handbook* – Abingdon (etc.): Routledge, 2011 – ISBN 9780415586818 – Prijs: € 34,99.

Ook wel eens fijn: een boek dat heel duidelijk is in wat je ervan kunt verwachten en dat bovendien die verwachting volledig waarmaakt. *The Music Industry Handbook* is een helder geschreven handboek met een duidelijk omschreven missie en doelgroep. Om de tekst op de kaft te citeren: 'The Music Industry Handbook provides a clear introduction to the music industry and how it works, unpacking the complex structures within the industry and mapping it as it exists today (...) it provides valuable business strategies and "start up" tools for those who wish to set up independent music ventures, and offers clear explanations of numerous issues including legal trading, ownership and IP music law, copyright, exploitation and protective measures, gate keeping and hidden music income streams.'

De doelgroep is dus heel specifiek: beginnende professionals in de muziekindustrie. Waar deze muziekindustrie uit bestaat, is gelukkig breed gedefinieerd in dit handboek. Eerder constateerden de Engelse mediawetenschappers Williamson en Cloonan (2007) dat de muziekindustrie in zowel academische als journalistieke publicaties vaak gelijkgesteld wordt aan de platenindustrie, en dat hiermee een aantal zeer belangrijke bedrijfstakken – zoals live-industrie, muziekitgeverijen, artiestenmanagement – vaak buiten beeld blijft. Volgens hen is het eigenlijk beter om te spreken over muziekindustrieën, omdat hiermee beter recht wordt gedaan aan het volledige spectrum van activiteiten dat onder deze noemer valt.

Dit handboek hanteert gelukkig deze brede definitie van de muziekindustrie; alle relevante bedrijfstakken worden uitvoerig besproken. Hiermee is het ook

direct uniek in zijn soort: er zijn maar weinig publicaties over de muziekindustrie beschikbaar waarin voor een geïnteresseerde buitenstaander de muziekindustrie in al haar facetten wordt uitgelegd. Bovendien wordt ook de samenhang tussen de verschillende sectoren besproken. Daarnaast is er aandacht voor recente ontwikkelingen op het gebied van nieuwe verdienmodellen en de *digital music industry*, waarbij op een praktische manier wordt voortgebouwd op eerder werk van bijvoorbeeld Patrik Wikström (2009).

Vooral voor studenten

Hoewel het boek een relevante inzicht biedt in de huidige stand van zaken binnen de bredere muziekindustrie, is het toch vooral geschreven met als doel het informeren van studenten en *start ups* in de muziekindustrie – en dat is meteen ook een van de belangrijkste minpunten van het boek. Natuurlijk zullen professionals die al werkzaam zijn in de diverse takken van de muziekindustrie het waarderen dat alle verschillende facetten van deze dynamische industrietak in dit boek overzichtelijk worden gepresenteerd en uitvoerig besproken, maar de kans is groot dat de ervaren professional niet veel nieuws zal lezen.

Het boek is dan ook verschenen in de serie *Media Practice* (geregideerd door James Curran van Goldsmiths College, University of London). Deze serie bestaat uit handboeken gericht op '*students of media and journalism, and for anyone planning a career as a media professional*'. Kort gezegd, voor iedereen die goed onderlegt een carrière wil gaan beginnen in de media-industrie. Eerdere titels in de reeks zijn *The Newspaper Handbook*, *The Radio Handbook* en *The*

Television Handbook. Voor deze specifieke doelgroep (media-professionals in spe) is het boek een zeer rijke bron van informatie over alles wat er binnen de muziek-industrie te doen is en geeft het heel gericht adviezen waar je aan moet denken als je kiest voor een bepaald werkveld.

Zo zijn er hoofdstukken die specifiek ingaan op *music publishing* (muziekuitgeverij), de live-sector, de klassiekemuziek-sector en muziekpromotie. De recentste ontwikkelingen binnen deze velden komen aan bod, evenals mogelijke kansen voor beginnende professionals. Daarnaast worden ook belangrijke theorieën over de muziekindustrie en de bredere media-industrie kort belicht. Zo zijn er kaderteksten over de gate-keepingtheorie, waarin besproken wordt hoe deze theorie over selectie van culturele producten zich heeft ontwikkeld en welke beperkingen de theorie kent.

Brits perspectief

Een ander belangrijk nadeel is dat het boek voornamelijk geschreven is vanuit Brits perspectief. Dat is heel interessant voor beginnende professionals die zich willen richten op de Britse markt, maar minder bruikbaar binnen andere landen. Om een concreet voorbeeld te geven: als het over bepaalde organisaties in de muziekindustrie gaat, zoals auteursrechten-organisaties of brancheverenigingen, dan noemt de auteur uitsluitend de Britse organisaties. Wil je de kennis uit het boek gaan gebruiken voor een carrière binnen bijvoorbeeld de Nederlandse of Vlaamse muziek-industrie, dan zul je dus zelf op zoek moeten gaan naar de lokale equivalenten van de PRS (Performing Rights Society), MPA (Music Publishers Association) of

BPI (British Phonographic Industry). In de Nederlandse context zijn dit respectievelijk de SENA (Stichting ter Exploitatie van de Naburige Rechten), de VNM en NMUV (Vereniging van Muziekhandelaren en -uitgevers in Nederland en de Nederlandse Muziekuitgevers Vereniging), en de NVPI (Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers). Maar ook andere voorbeelden in het boek zijn alleen representatief voor de Britse context.

Voor de beginnende professional binnen de Nederlandse en Vlaamse muziekindustrie zijn er gelukkig andere handboeken voorhanden. Zo is er de al jaren zeer succesvolle *Muzikantengids*, geschreven door Jan van der Plas – in Nederland inmiddels toe aan zijn vijfde, vernieuwde editie. In Vlaanderen wordt dezelfde titel uitgegeven in samenwerking met Poppunt, het aanspreekpunt voor muzikanten en dj's in Vlaanderen. Voor deze editie is stafmedewerker van Poppunt, Tijs Vastesaegeer, coauteur. Zo zie je dat zelfs binnen de betrekkelijk kleine geografische afstand tussen Nederland en Vlaanderen er toch zoveel organisatorische en cultuurverschillen bestaan dat er behoefte is aan een eigen gespecialiseerde uitgave.

Beide uitgaven bieden een schat aan informatie over de lokale muziekindustrie, maar ook hiervoor geldt dat ze geschreven zijn voor een zeer specifieke doelgroep: zoals de titel al aangeeft, de muzikant zelf. Wat overigens niet wegneemt dat voor een beginnend professional in de Nederlandse of Vlaamse muziekindustrie deze titel verplichte kost is.

Koos Zwaan

is associate lector Media, Cultuur en Burgerschap aan de Hogeschool Inholland

Literatuur

- Plas, J. van der (2011) *De Muzikantengids*. Katwijk: Django Music.
 Plas, J. van der en T. Vastesaegeer (2009) *De Muzikantengids*. Katwijk: Django Music.
 Wikström, P. (2009) *The Music Industry: Music in the Cloud*. Cambridge: Polity Press.
 Williamson, J. en M. Cloonan (2007) 'Rethinking the Music Industry'. In: *Popular Music*, jrg. 26, nr. 2, 305-322.

Boekbespreking

95 jaar Nederlandse jeugdfilm

Dorothee Verdaasdonk



Esther Schmidt en
Sabine Veenendaal – *Van Abeltje tot Zoop. Over het succes van de Nederlandse jeugdfilm* – Hoorn: Hoogland & Van Klaveren, 2011 – ISBN 9789089670823 – Prijs € 19,90

De titel van het boek is wat misleidend, want de auteurs, die als producent en marketeer in de filmwereld werken, willen met dit boek alles over de Nederlandse jeugdfilm op één plaats samenbrengen, en niet alleen de recente periode van 1998 (première van *Abeltje*) tot 2005 (première van de eerste *Zoop*-film) beschrijven. De geschiedenis van de Nederlandse jeugdfilm van de korte film *De beloning van Hi* van amateurfilmer Dick Laan in 1917 tot *Dolfje Weerwolfje* van Joram Lürsen, die eind 2011 met succes in de bioscopen draaide, is het oogmerk. Zij concluderen dat de jeugdfilm zijn plek heeft verdiend, geliefd is, prijzen wint en succes heeft.

Het titeloverzicht achter in het boek is hun uitgangspunt. In vier hoofdstukken schetsen zij aan de hand van feiten en persoonlijke verhalen van veertig geïnterviewden uit de filmwereld, van maker en distributeur tot subsidiegever, de periode van 1917 tot 2011. In de inleiding geven zij een definitie van de jeugdfilm: 'Een jeugdfilm is een film die gemaakt is voor kinderen (en ouders) en die door de makers serieus is genomen. Zowel wat betreft het publiek (Voor wie maak ik deze film? Wat is mijn doelgroep?) als op technisch gebied: regie, spel, licht, geluid en camera-standpunten.' (p. 9) Criteria waren 'om zich met name te richten op films die langer duren dan 60 minuten, speciaal voor kinderen gemaakt zijn en bestemd voor vertoning op het grote doek'. (p. 7)

Feitelijke gegevens worden afgewisseld met persoonlijke verhalen van vooral makers. Van de veertig geïnterviewden zijn er 27 in het boek met één of meer citaten opgenomen. Naast de tekst proberen de auteurs het boek aantrekkelijk te maken door

fotomateriaal: stills, krantenberichten, bioscooppladders en zelfs een keuringskaart en een afwijzingsbrief van het Filmfonds. Dat is zeker gelukt, want het lijkt soms wel op een promotie-internetpagina – waar helaas geen link bij staat voor verdere informatie. Jammer dat er geen jaartallen bij de afbeeldingen staan, ook omdat de illustraties niet altijd direct betrokken zijn op de teksten.

Succes meten

De auteurs geven in de ondertitel van het boek aan dat zij het succes van de Nederlandse jeugdfilm centraal stellen. Er zijn precies 150 films in het titeloverzicht opgenomen. Indien het succes gemeten wordt naar aanleiding van bezoeksucces in de bioscopen, komen de films van vóór 1998 er wat bekaaid af. In de top-40 over de jaren 1991/2010 komen slechts twee films uit de jaren negentig voor: *Kruimeltje* en *Abeltje*. Uiteraard is het ondoenlijk om aan alle films aandacht te besteden. Niet duidelijk wordt echter waarom de auteurs voor bepaalde films kiezen en andere geheel buiten beschouwing laten. Het lijkt wel of ze zich vooral laten leiden door de gesprekken of door hun eigen achtergrond.

Van belang voor het succes van een film zijn volgens mij de regisseur en scenarioschrijver, de producenten, de financiers, de distributeurs en vertoners alsmede de keuringsinstanties. Hoewel aan alle personen/instanties aandacht wordt besteed, staan vooral regisseurs en in mindere mate scenarioschrijvers centraal met hun eigen visie. Met een wat algemeen verhaal over de jeugdcultuur en de veranderde positie van het kind in de maatschappij wordt een ontwikkeling geschetst van het pure amusement (avonturenfilms) van

Henk van der Linden, via de meer maatschappelijk betrokken films van Karst van der Meulen tot de realistische films van Ben Sombogaart en films van Cinema Junior, die jeugdproblemen signaleren.

Deze lijn is echter, terecht, niet volgehouden, want films die vooral amusement willen brengen en nostalgisch teruggrijpen, het liefst met een jeugdboek als basis, worden in alle periodes gemaakt en zijn succesvol. De vraag is soms ook of films, al hebben zij een kind als hoofdpersoon, wel als jeugdfilm zijn bedoeld. Zo is de eerste *Ciske de Rat* uit 1955 van Wolfgang Staudte waarschijnlijk niet in de lijst opgenomen omdat de film was gekeurd vanaf 14 jaar. Ook de verfilming van Guido Pieters uit 1984 is niet als jeugdfilm uitgebracht, maar als gewone bioscoopfilm. Pieters' *Ciske* was met *Dokter Vlimmen* en *Op Hoop van Zegen* onderdeel van een project om klassiekers te verfilmen. (Beerekamp 1985) Of de keuring ook een criterium was voor de jeugdfilm, vermeldt het boek niet.

Nauwelijks producenten

Naast producent Burny Bos, die zelf ook scenario's schrijft, komen er nauwelijks producenten aan het woord, terwijl de meeste regisseurs na Van der Linden en Van der Meulen – die hun eigen productiebedrijf hadden – producenten nodig hadden om een jeugdfilm te realiseren. Shooting Star, het bedrijf van Maria Peters, Hans Pos en Dave Schram, die alle drie succesvolle jeugdfilms regisseren en produceren, komt er ook wat bekaaid af. Met tien films, waarvan een aantal door Buena Vista zijn uitgebracht, is dit productiebedrijf net als BosBros van Burny Bos belangrijk geweest om andere producenten, die in

eerste instantie gewone bioscoopfilms maakten, te overtuigen om jeugdfilms te produceren. De grote diversiteit van de jeugdfilm van puur amusement tot probleemfilm is hiervan het resultaat.

Hoewel ik begrijp dat de auteurs zich niet uitgebreid kunnen toeleggen op de financiering, is het toch wat te gemakkelijk om vooral negatieve incidenten te memoreren over de filmfondsen. Gezien het grote aantal gefinancierde films is hier toch ook sprake van een positieve insteek. Nederlandse films, dus ook jeugdfilms, krijgen vanaf de tweede helft van de jaren negentig bovendien niet alleen productiesubsidie, maar ook uitbrengsubsidie. Dat vertaalt zich in een grotere zichtbaarheid voor het potentiële publiek, die echter niet wordt genoemd.

Distributeurs zijn belangrijk voor de uitbreng. Concorde was de distributeur voor de Nederlandse film vanaf het begin van de jaren zeventig tot midden jaren negentig en heeft *Ciske de Rat* en *Lang Leve de Koningin* (1995) met succes uitgebracht. Warner Brothers was de eerste Amerikaanse distributeur met *Abeltje*, (zie ook Kamp 2009), maar de auteurs vermelden niet dat een jaar later Buena Vista met *Kruimeltje* zijn eigen kerstfilm (*Tarzan*) beconcurrerde. UIP bracht in 2003 maar liefst twee jeugdfilms (*Polleke* en *Kees de Jongen*) uit en in dezelfde periode zijn ook andere grote Nederlandse distributeurs bereid om jeugdfilms in hun pakket op te nemen met redelijk grote promotie.¹

De lancering van *Kruistocht in Spijkerbroek* van Ben Sombogaart in 2006 – met een speciale filmeditie van het boek, een game, twee lespakketten en de *making of-* documentaire – had in dit boek niet gemist mogen worden. Misschien

Dorothee Verdaasdonk

is universitair docent bij de afdeling ACW van de faculteit Historische en Kunstwetenschappen aan de Erasmus Universiteit Rotterdam

zijn de problemen rond *Iep* (2010), waarvan uiteindelijk de producent-versie in de bioscoop kwam en regisseur Rita Horst zich distantiëerde, ook illustratief voor de volwassenheid van de Nederlandse jeugdfilm, want contractuele afspraken staan boven de artistieke visie. In het boek staat Rita Horst gewoon in de titellijst.

De vertoning in Nederland, die bij grote jeugdfilms naast matineevoorstellingen ook avondvoorstellingen kent, had meer aandacht kunnen krijgen. Want alleen deze vertoningspraktijk maakt hoge bezoekersaantallen mogelijk. Om deze, wat pragmatistische, reden zijn bijna alle jeugdfilms tegenwoordig voor alle leeftijden. De vertoningspraktijk blijft beperkt tot het begin van het boek. Dit boek maakt een begin met de beschrijving van de Nederlandse jeugdfilm, maar er blijft nog veel uit te zoeken.

Literatuur

- Beerekamp, H. (1985) *Het Nederlandse jaarboek film 1985*. Houten: Unieboek.
 Kamp, M. van de (2009) *Where Corporate Culture and Local Market Meet. Music and Film Majors in the Netherlands*. Rotterdam: ERMeCC.
 Twaalfhoven, A. (2004) 'Het succes van de Nederlandse jeugdfilm'. In: *Boekman*, jrg. 16, nr. 60, 48-52.

Noot

- 1 Meer informatie over merchandising en financiering in Twaalfhoven, 2004.

Boekbespreking

Levendig en helder handboek cultuurmanagement

Peter Bosma



Schramme, Annick (red.) – *Cultuurmanagement. De regels van de kunst* – Leuven: Lannoo Campus, 2011 – ISBN 9789020992960 – Prijs: € 39,99

De publicatie van handboeken over cultuurmanagement in het Nederlands taalgebied is de laatste jaren in een stroomversnelling gekomen. Dit is een indicatie van de erkenning van het beroep van cultuurmanager en laat zien dat de vakopleidingen zich hebben weten los te maken van de Amerikaanse voorbeelden, die deels verouderd zijn en deels te specifiek op de Amerikaanse situatie gericht zijn.

De doelgroep van de handboeken cultuurmanagement bestaat in de eerste plaats uit studenten in het hoger beroepsonderwijs en het wetenschappelijk onderwijs, met studierichtingen zoals vrijetijdskunde, kunstvakopleidingen, cultuurwetenschappen en *liberal arts*. Daarnaast zullen mensen in de beroepspraktijk de handboeken hopelijk met interesse lezen. Meer dan ooit is er een actuele en urgente noodzaak tot het actief beheersen van een theoretisch fundament voor cultureel ondernemen, zowel als zelfstandig kunstenaar en als culturele instelling. En tot een degelijk onderbouwd besef van de grenzen aan dit cultureel ondernemerschap.

Pioniers op het gebied van Nederlandstalige handboeken cultuurmanagement zijn onder andere Dirk Noordman en Letty Ranshuysen. In de boekenkast hebben we daarnaast de beschikking over de uitstekende Nederlandse bewerking van het praktijkboek *Thinking Big* (Cashman 2007) en over het handboek *De kunst van cultuurmarketing* (Mulder 2008). In 2011 verscheen bij Coutinho het handboek *Management voor de culturele sector* (besproken in *Boekman* 89). Kort daarna publiceerde Lannoo Campus de hier te bespreken Vlaamse tegenhanger, het handboek *Cultuurmanagement*.

De regels van de kunst. De twee handboeken vullen elkaar wonderwel aan, zonder veel overlap, en kunnen daarom wederzijds inspiratie bieden aan de docenten en experts aan beide kanten van de landsgrens.

Zingeving

De inleiding zet meteen de toon met een opeenvolging van fundamentele basisvragen: Wat is cultuur? Wat is management? Wat is cultuurmanagement? Uitgangspunt is de stellige uitspraak 'zingeving is de *core business* van cultuur'. Deze kernwaarde staat in de context van tal van actuele tendensen zoals duurzaamheid, internationalisering, digitalisering en demografische ontwikkelingen (vergrijzing, multiculturele jeugd).

Hoofdstuk 1 zet de lijn van het stellen van algemene vragen voort: Wat is cultuur? Wat is beleid? Welke legitimaties kent het cultuurbeleid? Op welke manier kan men het cultuurbeleid evalueren en impactanalyses uitvoeren? Vervolgens biedt Annick Schramme een beknopt overzicht van de oorsprong, de grondslagen en de historische ontwikkeling van het Vlaamse cultuurbeleid. De bestuurlijke context is in België bijzonder complex, met zes regeringen (drie Gewesten, drie Gemeenschappen). In Vlaanderen kwam pas in de jaren negentig in fasen een cultuurplanmethodiek tot stand: vierjarige structurele subsidies op basis van kwalitatieve beoordeling, aangevuld met de optie van projectsubsidies en met de verplichting van een minimumpercentage aan eigen inkomsten. Voorbeelden: het Podiumdecreet (1993), het Museumdecreet (1996) en het Muziekdecreet (1998). Een van de vele aangeboden leestips voor nadere studie is het boek *Absoluut modern: cultuur en*

beleid in Vlaanderen. (De Pauw 2007)

Hoofdstuk 2 opent met een degelijk historisch overzicht van het strategisch management in het algemeen, waarna Bruno Verbergt een genuanceerd verhaal houdt over het nut en de mogelijkheden van strategisch management. Leadership en besluitvorming zijn geen wetenschappelijke processen. Formele planning op dit vlak biedt geen garantie op succes en kan stuiten op veel weerstand op de werkvloer. Een mogelijke uitweg naar rimpelloze en succesvolle sturing kan liggen in nieuwe vormen van aanpak, zoals de 'blauwe-oceaanstrategie' (zie www.blueoceanstrategy.com) en het wkinomics-model (zie www.wkinomics.com). Dit hoofdstuk legt een solide fundament waar de overige auteurs op kunnen bouwen.

Geduldige uitleg

Hoofdstuk 3 biedt een inleiding op de culturele economie, met veel verwijzingen naar de 'Rotterdamse School' (Arjo Klamer, Hans Abbing, Cees Langeveld, Ruth Towse). De auteur van dit hoofdstuk, Dirk De Corte, biedt een conceptueel kader voor reflectie op financieel management met basisvragen zoals 'Wie zijn de *shareholders* bij een cultuurbedrijf?' en 'Hoe definieer je *wealth* bij een kunstenaar?' Hij geeft een geduldige uitleg van een complexe materie, met heel incidenteel een kritische noot: 'De sector staat nog steeds sceptisch tegenover begrippen als "transparantie" en "benchmarking"'. Het debat [...] moet nog volop op gang komen.' Ook talloze praktische punten komen aan de orde, zoals aandacht voor de prijsstelling (Vlamingen spreken overigens van 'prijszetting'), en de noodzaak van het zichtbaar maken van de indirecte kosten met behulp van

bijvoorbeeld *activity based costing*, en de noodzaak van de beheersing en planning van de cashflow met behulp van een liquiditeitsbegroting.

In hoofdstuk 4 geeft Rita De Graeve ter aanvulling basisinformatie over de financiële verslaggeving en reflectie op accounting. Wat was ook alweer het verschil tussen een balans en een resultatenrekening, en wat het verschil tussen opbrengsten en kosten tegenover inkomsten en uitgaven?

Hoofdstuk 5 biedt een beknopt en actueel overzicht van strategische marketing in de culturele sector. Patrick De Pelsmacker rangschikt de beschikbare reflectie op het aanbod, de prijsvorming en verspreiding van cultuur en de communicatie hierover. Daarnaast besteedt hij aandacht aan merkenbeleid, dienstenmarketing, belevenismarketing en marktonderzoek.

Hoofdstuk 6 heeft als startpunt het perspectief van een duurzaam human-resourcesmanagement als onderdeel van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Peggy De Prins schetst hoe bevlogen idealen vertaald kunnen worden naar de weerbarstige praktijk van het personeelsmanagement. Vanuit dit perspectief wordt een rondgang gemaakt langs algemene agendapunten zoals het aansturen van arbeidsmotivatie, het optimaliseren van leiderschap en het uitvoeren van een effectief en efficiënt prestatie management. Daarnaast komen specifieke kwesties aan de orde, zoals de signalering van het spanningsveld tussen de vaste medewerkers en losse medewerkers (freelancers, vrijwilligers) en de kloof tussen de artistieke staf – die zich bezighoudt met de kernactiviteiten – en de

ondersteunende diensten – die zich bezighouden met het faciliteren van de randvoorwaarden. De cultuurmanager staat op HRM-gebied voor de keuze tussen enerzijds competentie management, waarbij sprake is van een van bovenaf opgelegd systematisch stelsel van samenhangende profielen met uitvoerige indicaties van kennis, kunde en karakter, en anderzijds talentmanagement, waarbij de interesses en kwaliteiten van de individuele werknemer het vertrekpunt vormen. De prangende vraag is dus wat te doen: top-down of bottom-up? Het hoofdstuk sluit af met de oproep beide richtingen te combineren, in navolging van HRM-expert Lou Van Beirendonck (zie onder andere zijn boek *Iedereen content* 2010).

Hoofdstuk 7 biedt een inleiding op de juridische context in Vlaanderen rondom rechtspersonen, arbeidsverhoudingen, arbeidscontracten, het sociaal statuut van de kunstenaar, fiscale aspecten, auteursrecht en naburige rechten. Samen met een deel van hoofdstuk 1 is dit de enige leerstof die specifiek op de Vlaamse context gericht is.

Het slothoofdstuk biedt een samenvatting van het boek. Giep Hagoort herneemt de grote lijnen van het cultureel ondernemerschap in de context van onder andere de creatieve economie en *community art*. Uiteraard komt ook het *Cultural Business Modeling* (CBM) aan bod, dat ontwikkeld is aan de HKU.

Inhaalslag

Dit handboek opent met de constatering dat Vlaanderen een historische achterstand kent op het gebied van reflectie op cultuurmanagement. Deze publicatie draagt aanzienlijk bij tot het inlopen van de achterstand en is tevens een

Peter Bosma

is cinematheekprogrammeur
bij LantarenVenster (Rotterdam)
en freelance docent, onderzoeker
en publicist op het vlak van
cultuurmanagement en filmstudies

bewijs van de levendigheid en diepgang van de masteropleiding Cultuurmanagement aan de Universiteit Antwerpen.

Een bijzonder compliment verdient het consequent heldere taalgebruik, dit vormt een inspirerend voorbeeld dat brede navolging verdient. Een kleine kritische suggestie: graag online een pdf plaatsen met een integrale, alfabetisch geordende literatuur-opgave van alle literatuur die in het boek genoemd wordt, want de thematisch geordende, berede-nerde bibliografie bevat zowel overlap als omissies en is een onoverzichtelijk oerwoud aan leestips. Ook zou dan gelijk meer didactisch materiaal toegevoegd kunnen worden: opdrachten en toetsvragen met terugkoppeling, en aanvulling op het gebied van casestudies en interviews die in het handboek wel zijn opgenomen, maar erg beknopt blijven.

Literatuur

- Cashman, S. (et.al.) (2007) *Thinking Big: Praktijkboek strategische marketing kunst en cultuur*. Amsterdam: Lenthe/Bureau Promotie Podiumkunsten.
- De Pauw, W. (2007) *Absoluut modern: cultuur en beleid in Vlaanderen*. Brussel: VUB Press.
- Mulder, R. (2008) *De kunst van cultuurmarketing*. Bussum: Coutinho.
- Van Beirendonck, L. (2010) *Iedereen content: Nieuwe paradigma's voor competentie- en talentmanagement*. Leuven: Lannoo Campus.
- Zee, A. van der (2011) *Management van de culturele sector*. Bussum: Coutinho.