

Boekbespreking

Wat maakt een kunstenaar succesvol?

Antoinette van Dorsen



Wilt, K. de (et al.) (2013)

De kunst en het zakendoen: wat ondernemers van succesvolle kunstenaars kunnen leren.

Amsterdam: Nieuw Amsterdam.

Prijs: 17,95

Michelangelo was een achterdochtig mens met een weerbarstig karakter als het op zakendoen aankwam. Leonardo da Vinci was een innemende persoonlijkheid, met een onuitputtelijke nieuwsgierigheid en drang naar experiment. In het zakendoen wist hij mensen voor zich te winnen, maar de uitvoering van zijn ontdekkingen was zelden succesvol. Rembrandt raakte, ondanks zijn uitzonderlijke kwaliteiten en vele opdrachten, financieel in de problemen en kon de moordende concurrentie uiteindelijk niet het hoofd bieden.

De kunst en het zakendoen geeft een gevarieerd beeld van de manier waarop kunstenaars hun artistieke talenten combineren met het zakendoen. In zeventien chronologisch gerangschikte essays wordt aan de hand van bedrijfskundige termen de kunstenaar als zakenman belicht. Voor iedere kunstenaar een eigen steekwoord met een binnen een kader geplaatste introductie waarom dat begrip bij die kunstenaar past.

Willem de Kooning is, vanwege zijn keuze om naar Amerika te gaan, gevat onder de termen 'tijd en plaats', Rembrandt onder het begrip 'marketing', beeldhouwer Bernini onder 'vasthoudendheid', als gevolg van de vele afwijzingen en tegenslagen die hij heeft moeten doorstaan. 'Personal branding' is de term waaronder Damien Hirst wordt besproken, vanwege zijn buitengewone talent om zichzelf en daarmee zijn kunst te profileren en te positioneren.

Bekeken wordt in hoeverre het ondernemerschap van iconen in de kunst een inspiratie en leerschool kan zijn voor ondernemers. Niet de artistieke hoogtepunten, maar de kunstenaar als entrepreneur staat centraal. Hoe konden en kunnen

kunstenaars, met uitzonderlijke artistieke talenten, zich redden in het zakendoen?

Sleutel tot succes

Door de chronologie wordt duidelijk hoe de rol van de kunstenaar op commercieel gebied in de tijd verandert. Tijdens de middeleeuwen konden kunstenaars nog veilig vanuit het gilde werken, maar in de renaissance werd deze bescherming minder en kreeg de kunstenaar steeds meer autonomie. Dit verscherpte de onderlinge concurrentie en daarmee het gevecht om de gunsten van de opdrachtgever. Onder invloed van de industriële revolutie en de daaropvolgende crisis moesten kunstenaars op artistiek maar vooral ook op economisch gebied creatief worden. Het ondernemerschap in de kunst werd steeds belangrijker. Artistiek talent was niet meer voldoende om de moordende concurrentie de baas te blijven. Positionering van het werk en het werken aan klantenbinding waren van even groot belang als de kunst zelf. Kunstenaars moesten innovatief, zakelijk en marketinggericht zijn.

De essays in deze publicatie geven als geheel een mooi beeld van de eeuwige strijd om erkenning van het artistieke talent en de waardering van de klant zonder verlies van authenticiteit. Maar is er een sleutel tot dit geheim? Hebben deze beroemde kunstenaars iets gemeen waardoor zij onderdeel zijn geworden van de geschiedenis, zonder artistieke in te leveren? Het antwoord is voor een deel te vinden in de 'Les van de kunstenaar', waar ieder essay mee afsluit.

Veerkracht, flexibiliteit en kunnen inspelen op de veranderingen in de markt zijn begrippen die in veel 'lessen' terugkomen. Een groot

Antoinette van Dorsen

is projectmanager Culturele Organisaties bij Cultuur-Ondernemen

aantal van de besproken kunstenaars beschikt over deze eigenschappen, nodig om goed zaken te kunnen doen. Mecenas, verzamelaar en schilder Gustave Caillebotte zag de opkomst van de fotografie niet als een bedreiging. Veel van zijn collega-schilders vreesden de concurrentie van deze nieuwe techniek, maar voor Caillebotte was het juist een inspiratiebron, een ontwikkeling waar hij innovatief mee omging. Hij paste de nieuwe techniek toe in zijn werk, waardoor hij een andere manier van kijken ontdekte en tot verrassende composities kwam. Een les in het ondernemerschap om vernieuwing niet tegen te gaan maar juist te omarmen en in eigen werk toe te passen.

Dit talent voor innovatie wordt vele kunstenaars toegeschreven. Leonardo da Vinci trok zich terug in eenzaamheid om zijn geest rust te geven. Vanuit die rust kon hij nieuwe ideeën vormgeven. Dit 'creatief nietsdoen' maakte het voor hem mogelijk om fantasieën en creativiteit te laten stromen. Zijn creatieve ideeën kon hij niet altijd omzetten in successen. De mislukkingen en zijn 'technische verzinselen' waarvan vele nooit zijn uitgevoerd, hebben zijn grote naam niet geschaad. Zijn 'les': open en fris de wereld tegemoet treden. Ook bij Van Gogh komt dit terug. Doordat Van Gogh afstand kon nemen en zich in alle rust terug kon trekken in Frankrijk, kwam hij tot hoge artistieke prestaties.

Gedrevenheid, doorzettingsvermogen en durf

Uit een groot aantal essays blijkt dat een succesvolle combinatie van kunst en commercie ligt in het hebben en onderhouden van een goed en invloedrijk netwerk. Dat is onder

meer te zien bij Rachel Ruisch, de enige vrouwelijke kunstenaar die in *De kunst en het zakendoen* wordt behandeld. Door de steun van haar intellectuele omgeving en het invloedrijke netwerk van haar vader, lukte het haar een van de grootste stilleven schilders van de 17de eeuw te worden. De prachtige werken van deze moeder van tien kinderen waren in haar eigen tijd zeer gewild en dankzij haar relaties wist zij dit ook te gelde te maken.

Vele kunstenaars, zo blijkt uit de verschillende verhalen, namen grote risico's. Zij moesten dit wel doen om hun passie te kunnen blijven volgen. Grote mislukkingen namen zij voor lief, die brachten hen vaak zelfs verder. Gedrevenheid, doorzettingsvermogen en de durf om te vernieuwen zijn gemene delers die in bijna alle essays naar voren komen. Bereidheid om offers te brengen en vrouwen durven hebben in intuïtie; eigenschappen van bijna alle genoemde kunstenaars en zeer herkenbaar voor ondernemers.

Ondernemen is synoniem met durf, innovatie, vasthoudendheid en alle overige steekwoorden waarmee de kunstenaars worden beschreven. Juist over deze kenmerken zullen ondernemers moeten beschikken om succesvol te kunnen zijn. *Kunst en het zakendoen* is inspirerend voor ondernemers; de verhalen over de grote kunstenaars zijn boeiend om te lezen maar zullen geen les voor hen zijn. Ondernemers zullen zichzelf eerder in het boek herkennen dan er lering uit trekken. Voor kunstenaars echter kan de beschrijving van de levensloop van deze beroemde en succesvolle voorgangers en collega's wel zeker een les zijn. Juist nu subsidies wegvallen en de kunstenaar niet alleen over creatieve en artistieke

kwaliteiten moet beschikken, maar zich ook als zakenman moet weten te profileren.

In *De kunst en het zakendoen* worden alleen beeldend kunstenaars behandeld: beeldhouwers en schilders. Andere disciplines uit de kunst blijven onbesproken. Dit is jammer, want een bredere waaier van artistiek talent zou een grotere dimensie kunnen geven aan het ondernemerschap van kunstenaars. Ook de relatie tussen de componist en zijn opdrachtgever of de strijd van een auteur om zijn geschriften of boeken aan de man te brengen, zouden waardevolle aanvullingen zijn geweest. Bij de termen 'experimenteren', 'aanpassen' of 'kansen' zouden de ondernemende kwaliteiten van een succesvolle architect, een eigenzinnige musicus of schrijver goed passen. De verhalen over de kunstenaars zijn stuk voor stuk een plezier om te lezen en smaken naar meer. Van vele hedendaagse kunstenaars is het werk bekend, geanalyseerd en besproken en de iconische waarde is al min of meer bewezen. Maar na het lezen van dit boek ben je nieuwsgierig hoe het zit met de zakelijke kwaliteiten van deze meesters. Marlene Dumas, de rijkste kunstenaar van Nederland (Quote 2012) of de even zo succesvolle ontwerpster Irma Boom zijn alom geroemd en de vraag naar hun werk is en blijft enorm. Wat doen zij om zich in de huidige crisis blijvend te positioneren en de concurrentie het hoofd te bieden? Wat maakt hen zo succesvol in deze tijd? Is het de wijze van weergave van menselijke gevoelens, zoals Giotto, Rembrandt en Willem de Kooning dat al deden, of is het meer? Wat is hun les?