

CULTUURMANAGEMENT IS NIET LANGER EEN CONTRADICTIO IN TERMINIS

‘Ook Rubens was een ondernemer’

“Cultureel ondernemerschap is niet langer een vies woord”, dat zegt Annick Schramme, de verantwoordelijke van de opleiding cultuurmanagement. De Universiteit Antwerpen startte de opleiding tien jaar geleden. Zakelijk denken in artistieke kringen was toen nog als vloeken in de kerk. **JOHAN DE CROM, FOTOGRAFIE MICHEL WIEGANDT**

Het beeld van de kunstenaar die zich op zijn zolderkamertje ver verwijderd houdt van al wat aards aandoet, dateert uit de romantiek. Maar als we verder teruggaan, treffen we Rubens aan. Dat was een ondernemer, diplomaat en kunstenaar tegelijk”, zo frist Annick Schramme ons geheugen op.

“De latere opsplitsing in de geesten, tussen zakelijk en artistiek denken, is helaas tot in ons onderwijssysteem doorgedrongen. Een student kunstgeschiedenis of iemand die afstudeert aan een kunsthogeschool heeft aan het einde van zijn opleiding geen enkele notie van zakendoen of bedrijfsbeheer.”

Het is die lacune die Guido De Brabander, professor marketing en economie van de Universiteit Antwerpen, tien jaar geleden opvolde door een opleiding cultuurmanagement uit te bouwen. Zoals de grootste ideeën borrelde ook dit plan op aan een zonnig terrasje, in het gezelschap van toenmalig Vooruit-directeur Erik Temmerman.

De Brabander werd de verantwoordelijke van de nieuwe opleiding. “Vanuit TEW werd sceptisch gereageerd. Management behoorde toen alleen de harde sectoren toe en verschillende eco-

nomieprofessoren vreesden dat naar deze opleiding geen vraag was”, herinnert Schramme zich. Zij was van bij aanvang docente en volgde De Brabander op in oktober 2008.

“De tijd heeft het tegendeel bewezen. De opleiding is gegroeid van 40 naar 90 studenten en door het succes is nu ook binnen TEW een beleidslijn ‘arts & creativity’ opgenomen. Al is dat geen verdienste op zich. Belangrijker is het inzicht dat cultuur dringend een injectie manage-

mentdenken nodig had en dat het bovendien een bijzonder product is.”

Verkoopkunst

De master in het cultuurmanagement is een eenjarige voltijdse opleiding. Ze richt zich tot mensen die in overheidsdiensten, non-profitinstellingen en bedrijven vooral het zakelijk beleid van culturele activiteiten willen uitvoeren. Dat kan in het brede veld van musea, galleries, theaters, orkesten, cultuurcentra, cultuurdiensten, bedrijfsverzamelingen, erfgoed, evenementen, theaterbureaus, bibliotheken en cultuurindustrieën.

“De opleiding is geknipt voor wie interesse heeft in de sector van kunst en cultuur en daaraan wil bijdragen, maar daarom nog niet over het talent beschikt om zelf kunstenaar te worden. Die interesse en dat talent worden wel eens met elkaar verward”, glimlacht Schramme.

Op het programma staan de functionele studiedomeinen strategisch management, financieel management, marketing en communicatie, human resources en het juridisch kader van de cultuursector. Daarnaast moeten studenten kiezen tussen de major ‘kunst en cultuur’ en de major ‘creatieve en culturele industrieën’.

‘Kunst en cultuur’ belicht de gesubsidieerde non-profitsector en legt daarbij

“De opleiding is geknipt voor wie interesse heeft in de sector van kunst en cultuur, maar zelf niet echt een kunstenaar is”

Annick Schramme (UA)



ANNICK SCHRAMME
(UNIVERSITEIT ANTWERPEN)
"Kunst verkoop je niet als
een reep chocolade."

“In Vlaanderen worden subsidies gegeven op basis van een markt-aanvullende logica. Er is geen enkele incentive om de eigen inkomsten op te voeren”

Annick Schramme

uit hoe de hedendaagse cultuursector in elkaar zit. Deze major behelst ook een kritische reflectie over kunst en cultuur. De major ‘creatieve en culturele industrieën’ is er voor wie zelfbedruipende cultuurhuizen wil runnen en belicht de context van die industrieën. Deze major is meer gericht op ondernemers, met een vak innovatie- en projectmanagement en een seminarie over cultureel ondernemerschap.

“Cultuurmanagement is geen kunst-, maar wel een managementopleiding. Maar kunst verkoop je niet als een reep chocolade. Het beheer vergt een inzicht in de sector en vaak een andere, meer projectmatige benadering. Ook je publiek is specifiek. Hoe ga je het aanspreken?”

Opera in de cinema

Naast de management- en entrepreneursvaardigheden en de kennis over het cultuurlandschap, is er de praktijk. “De opleiding is geënt op het praktijkproject. De student kiest zelf een instelling waar hij meer dan drie maanden meedraait. Hij leert er de troeven van het cultuurhuis, de bibliotheek of het museum, maar ook de heikele punten. Hij moet vastleggen waar het moeilijk loopt binnen die organisatie en oplossingen voorstellen en uitwerken.” ➤

➤ “Wij bieden de student daarenboven een netwerk van contacten aan. Onze docenten staan ook zelf met één been in de praktijk, ze weten waarover ze praten. Opstapjes genoeg om in het werkveld te belanden.”

De nuchtere, zakelijk denkende studenten stoten in hun praktijkproject weleens op een artistieke allergie aan management en alles wat in de oren van de kunstenaar glad en gepolijst klinkt. “Onlangs sprak een cultuureconoom op een colloquium over ‘het artistieke kernproduct’. Een aanwezige uit de humane wetenschap huiverde van dat woord.”

“Kunstenaars en creatievelingen zijn gewend om zich ongeremd uit te drukken, wars van wat een ander over hun kunst denkt. In cultuurmanagement komt het eropaan die artistieke houding te bewaren, maar tegelijk te denken over je publiek en hoe je dat met dezelfde kunst ruimer kan bedienen. Dat ligt nog altijd gevoelig, al merk ik dat de geesten veranderen.”

Precies omdat het denken in zakelijkheid en kunstzinnigheid in onze ‘cultuur’ zo is opgesplitst, zijn er weinig studenten die aan een kunstopleiding nog een economische studie breien. “Die afstand is mentaal te groot”, zegt opleidingsverantwoordelijke Schramme. “Met de opleiding cultuurmanagement maak je de brug tussen beide werelden.”

Een voorbeeld van een praktijkproject is het onderzoek dat een student voerde naar het draagvlak van een kwaliteitsstandaard in de museumsector. Welke parameters zijn daarin belangrijk? Hoe kan dit geïmplementeerd



OPERA IN DE CINEMA
Kinopolis bestelde een studie naar de levensvatbaarheid van liveproducties in de bioscoopzaal.

worden? Een andere student boog zich over de internationale uitbouw van het figurentheater.

“En Kinopolis vroeg bij ons een onderzoek naar de levensvatbaarheid van liveproducties in de bioscoopzalen, zoals voetbalwedstrijden en grote opera-voorstellingen”, illustreert Schramme. Die liveproducties leggen Kinopolis overigens geen windeieren. In maart werd de opera Lucia di Lammermoor van Donizetti, met de Franse sopraan Natalie Dessay, rechtstreeks uitgezonden vanuit de Metropolitan Opera in New York. De voorstelling was in zestien zalen te zien en haalde 5500 verkochte tickets.

Eigen euro's

De studenten zien het interdisciplinair leren, in team werken, het beoordelen van situaties in een wijzigende beleidscontext en het identificeren van problemen en ze oplossen, als grootste pluspunten. “Er groeit een nieuwe mentaliteit. Ook de kunstensector is klaar voor een SWOT-analyse”, merkt Schramme op.

“We moeten uitgaan van een meer dynamische visie op de cultuursector. In Nederland vatte de overheid het plan op om de grote culturele instellingen een euro extra toe te schuiven voor iedere euro die ze zelf aan inkomsten werven boven de basissubsidie. Bij ons is het nog andersom en worden subsidies gegeven op basis van een marktaanvullende logica.”

“Er is in Vlaanderen geen enkele incentive om de eigen inkomsten op te voeren. Dat motiveert niet om klantgericht en vernieuwend te denken”, besluit Schramme. Uit de boekhouding van culturele organisaties die gesubsidieerd worden door het kunstendecreet, blijkt voor boekjaar 2008 dat slechts 39 procent van hun inkomsten uit die Vlaamse subsidies voortkomt. Een overige 20 procent betreft aanvullende subsidies, bijvoorbeeld van gemeenten en provincies. De overige 41 procent werven organisaties uit eigen inkomsten. Dat aandeel eigen inkomsten verschilt wel sterk naar subsector. ©

Z
boek



DEZE WEEK

Ianka Fleerackers interviewt

Piet Baete

over zijn pas verschenen boek

‘Verzwijk mij niet’

Kanaal Z • donderdag 21 april • vanaf 20.15 u. in lus

kanaal Z
24u/24u via digitale TV

Standaard
Boekhandel

