

## PAMFLET VOOR EEN NIEUW KABINET

Twee achtereenvolgende staatssecretarissen hielden zich de afgelopen kabinetsperiodes intensief bezig met het 'stoffige' imago van kunst en cultuur. De econoom Rick van der Ploeg richtte zijn beleid op de bedrijfsvoering in cultuurinstellingen. En op het bereik van cultuur bij een veranderde bevolkingssamenstelling. Vervolgens kwam Medy van der Laan die de nadruk op de economische betekenis van de kunstensector voortzette. En zij vroeg aandacht voor de rol van het particuliere initiatief en die van de creatieve industrie.

Beide bewindslieden, te samen met een aantal cultureel ondernemers, lieten ook zien dat een overheid die als partner optreedt in publiek-private overeenkomsten, een opmerkelijk multiplier-effect kan bewerkstelligen.

Hoewel zij aanvankelijk met het nodige cynisme zijn geconfronteerd, hebben Van der Ploeg en Van der Laan niet te klagen gehad over positieve response uit de vakwereld.

In musea, galleries, theaters en concertzalen laten kunsthistorici, kunstenaars, regisseurs, programmeurs en ontwerpers op dit moment datgene zien, wat ooit onverenigbaar leek. Namelijk dat je ook in de 'ware' kunst en de 'serieuze' cultuur veel publiek kunt trekken en economisch succes kunt boeken.

Maar nu moet er dóórgepakkt worden. En daarvoor is de duidelijke betrokkenheid van een nieuw kabinet nodig.

Ik geef hier eerst drie voorbeelden van een veranderde houding binnen de cultuursector. Vervolgens zal ik aangeven waarom je ook de succesvolle ontwikkelingen met kracht moet blijven steunen.

In de eerste plaats: het samengaan van culturele betekenis en brede publieke belangstelling.

Het zijn de musea die vooroplopen in de zoektocht naar goede combinaties. Aanvankelijk ging dat wat onwennig: presentaties 'op de hurken', multiculturele en populaire onderwerpen die er met de haren bij werden gesleept. Maar dàn steeds beter en authentieker. Het Amsterdams Historisch Museum, bijvoorbeeld, trekt nu veel aandacht met zijn consequent volgehouden lijn van historische thema's en actuele stedelijke leefstijlen die tot een symbiose worden gebracht. Mensen, ja óók jonge mensen zo blijkt, zijn wel degelijk te interesseren voor het verleden van de een, de actualiteit van de ander en de raakvlakken daartussen.

In de tweede plaats: de creatieve industrie.

Het zijn geen duffelse jassen en verzoelde schoenen meer, waar wij ons geld aan uitgeven. De goederen en diensten die ons omringen zijn geavanceerd, exclusief, goed vormgegeven. Ze zijn verantwoord, ze hebben een hoge symboolwaarde. En dat treft, want het ontwikkelen van zulke goederen en diensten is zo ongeveer het enige perspectief dat op de langere termijn voor de Westeuropese economie is weggelegd.

Er is in het verleden eindeloos aangemodderd met de rol van de Nederlandse creatieve industrie. De opeenvolging van vormgevingsinstituten staat daar model voor. Het is pas sinds een paar jaar dat het ons écht begint te lukken om 'Dutch Design' landelijk en internationaal wat beter uit te serveren.

In de derde plaats: de aantrekkingskracht van de fysieke omgeving.

Onze leefomgeving bestaat vaak uit een krankzinnige opeenstapeling van paaltjes, bordjes, vuilnisbakken, wipkippen en geparkeerde autos. En voor een ander deel zijn het gevels van winkelketens die overal hetzelfde zijn, of je nu door Turijn, Boedapest of Utrecht loopt.

Wat heeft een stad nog te bieden als leefbare plek voor zijn bewoners? Of als toeristische bestemming? Of als vestigingsplaats voor bedrijven? Cultuur!

Dat wil zeggen: het podium- en expositie-aanbod, de monumenten, de vormgeving van parken en pleinen, de nieuwe architectuur.

In dat opzicht is er het nodige verbeterd de laatste jaren: er kwamen nieuwe cultuuraccommodaties, óók in nieuw stedelijk gebied. De culturele programmering van veel steden is nu zó ingericht dat er gedurende het hele jaar voor iedereen iets aantrekkelijks te doen is. De openbare ruimte wordt gaandeweg op een meer integrale manier ontworpen. De 'ontmoetingsfunctie' van de stad wordt beter benut.

Tot zover de drie voorbeelden.

Ze zien er uit als een mooi succesverhaal; een hele zorg minder voor de politiek.

Althans... voor politici die geloven dat Nederland nog lang kan teren op de reputatie van tolerant, aangeharkt en pittoresk landje.

Ik geloof in het omgekeerde: de maatschappelijke en economische 'return on investment' van de cultuursector hebben wij hard nodig. Je moet er dus de gang in houden, óók nu het goed gaat.

Met de verkiezingen en de kabinetsformatie voor de deur, is het zinvol dit gesprek te voeren. Er is nu immers nog alle ruimte om kunst, cultuur en media tot speerpunt van het landelijk beleid te maken. En ik zie dringende redenen om dat te doen.

Want wat is de urgentie van dit moment? Ik kom weer terug op mijn drie voorbeelden.

De toegenomen etnische verscheidenheid van Nederland maakt het nodig dat wij maatschappelijke onderwerpen en problemen op een gedifferentieerde manier benaderen. Wij hebben dus meer inzicht nodig in elkaars cultuur en geschiedenis. En gelijktijdig moeten wij er de humor van kunnen zien en er de relativering in kunnen aanbrengen. Theater, muziek, film en televisie zijn uitstekende middelen gebleken om zowel de moeilijke als de lichtvoetige kanten van een veelkleurige samenleving te laten zien. Investeren in een gedeelde cultuur betekent uiteindelijk minder ongelijkheid, minder frustratie, meer kansen. En dus: minder kosten voor het weer goedmaken van scheefgegroeide verhoudingen.

Het stimuleren van de creatieve industrie schept werkgelegenheid met een duurzaam perspectief. Duurzaam, ook in de betekenis van de Lissabon-doelstellingen. Maar pas op! In de rest van Europa hebben ze dat net zo goed in de gaten. En ook daar hebben ze de boeken van Richard Florida gelezen.

Wij hebben veel concurrenten en ik ben er van overtuigd dat zonder een sterk landelijk beleid op dit terrein, onze voorhoedepositie niet te handhaven is.

Investerings in de culturele aantrekkelijkheid van onze steden hebben een direct effect op onze internationale concurrentiepositie. Wij besteden al veel aandacht aan het aanzien van onze steden en dorpen en vinexwijken. Maar de aanslag die

bevolkingsdichtheid en economische ontwikkeling doen op de landschappelijke en stedelijke omgeving, vraagt om een nog veel grotere inzet van cultuur (in de vorm van architectuur, design, stedelijke inrichting, park- en landschapsvormgeving) om ons land ruimtelijk en esthetisch aantrekkelijk te houden.

U heeft het waarschijnlijk al gemerkt, ik heb het hier nog niet eens gehad over de cultuur als zodanig. Over de eigenstandige betekenis van cultuur. Onze beschaving zeg maar, de reden waarom wij ons überhaupt zorgen maken over het welzijn van de medemens en de inrichting van onze samenleving.

Terwille van de overzichtelijkheid beperk ik mij hier tot de dingen waar wij direct koopmansbelang bij hebben en die zonder moeilijke fratsen of grote offers te realiseren zijn.

Met een pamflet voor het nieuwe kabinet in tien stellingen:

- Kunst, cultuur en media verbinden zich aan de economische, sociale en ruimtelijke portefeuilles.
- Het kabinet ontwikkelt een cultureel strategisch perspectief voor die portefeuilles.
- In de nieuw te ontwikkelen kunstenplansystematiek komt een inbreng van Onderwijs, Ruimtelijke Ordening, Economische Zaken en Sociale Zaken.
- Het kabinet komt met een sterke Europese en internationale agenda voor kunst en cultuur (prioriteiten: creatieve industrie, het kunstvakonderwijs, het cultureel erfgoed, uitwisselingen, grote projecten en manifestaties, de huisvesting van buitenlandse studenten en kunstenaars).
- Creativiteit en talent zijn verbindende thema's van het kabinetsbeleid. Een intensieve uitwisseling tussen technologie en cultuur stimuleert de creativiteit en biedt ruimte aan talenten en kansrijke domeinen (creatieve industrie, ICT, nieuwe media, life sciences, innovatieve logistiek, handel, toerisme, congressen).
- De kwaliteit van de ruimte is een speerpunt. Kunstenaars, vormgevers en architecten zijn betrokken bij de vormgeving van steden, snelwegen en industrieterreinen. Gemeenten ontwikkelen (in het verlengde van het ruimtelijk structuurplan) een sociaal-culturele structuur voor de inrichting van onze steden.
- Het basisonderwijs krijgt een doorgaande leerlijn cultuureducatie (binnen twee kabinetsperioden te ontwikkelen). Het VMBO maakt, als onderdeel van het leerplan, een cultuurplan. Er komt een monsterverbond van binnen- en buitenschoolse vorming zodat ieder kind op 18 jaar een cultuurcompetent burger is.
- Kunst, Cultuur en Media worden onderdeel van een zware ministersportefeuille.
- De cultuurbegroting wordt gefaseerd met 300 miljoen opgehoogd (dat is ongeveer 20% van de totale begroting cultuur en media)\*
- Bovenstaande negen punten leiden als vanzelf tot een stevige invulling van de culturele taak van de publieke omroep

Met de genoemde extra 300 miljoen kun je dit pamflet realiseren, betere arbeidsvoorwaarden in de sector doorvoeren en de marktwerking in de cultuur versterken.

Marktwerking kan naar mijn oordeel het best worden ondersteund met een 'Snoei-en-Groei-Fonds' dat multiplier-effecten, samenhang en samenwerking honoreert. Aanvragende partijen moeten daarbij eerst zélf geld vrij maken binnen hun organisaties, bijvoorbeeld door sanering en rendementsverbetering. Daarmee wordt ondernemerszin beloond en kunnen oude, weinig effectieve, structuren ter discussie worden gesteld.

Ik denk dat het een voordeel is dat er nog geen politieke partij is die kunst en cultuur tot exclusieve speerpunt van beleid heeft gemaakt. Het zou tot tegenreacties van andere partijen kunnen leiden waardoor uiteindelijk de sector opnieuw in de marge zou belanden. Laat Kunst, Cultuur en Media de portefeuille zijn waarover toekomstige regeringspartijen pas bij de onderhandelingen afspraken maken.

Een doorslaand succes vind ik het pas, als in de nabije toekomst wordt gevochten om de ministerspost voor Kunst & Cultuur. Wellicht zal dan ook de (gekozen) ministerpresident zich het hoofd breken over de vraag aan welk 'grand projet' van wereldformaat zij haar naam zal verbinden.

Drs.Thea van den Bergh  
November 2006

*is als associé verbonden aan GITP Interim Management en De Roo Management & Advies. Daarvoor was zij hoofd Kunst & Cultuur en Lokaal Mediabeleid van de Gemeente Amsterdam*

\* De Vereniging voor Kunst, Cultuur en Erfgoed, *Kunsten '92*, heeft eerder aandacht gevraagd voor veel van de bovengenoemde onderwerpen en heeft gepleit voor een verhoging van het budget voor Kunst & Cultuur en Erfgoed die neerkomt op 1% van de Rijksbegroting (exclusief belastingsubsidies en fiscale maatregelen).