

CONSTRUCTIES ESPEEL BEWIJST HET:

KUNST

KAN UW BEDRIJF DOEN GROEIEN

FLIP VAN LOOCK

Is kunst de franje van liefhebbers, beleggers, kenners van het jargon? Dus plezant voor de beschouwing, slim voor de belegging, prikkelend voor de lof van de jalouse visite? Arteconomy is tegendraads met zijn kijk op de verbinding tussen kunst en leven in een metaalfabriek, een textielbedrijf, een hoofdzetel van een Belgische multinational. Kunst is een caleidoscoop voor anders zien, denken, scheppen in een onderneming. De Vlerickschool is goeieid.

Constructies Espeel in Rumbeke heeft een lijfgeur, zegt de baas. Versneden, gelast, geboord metaal loost scherpe deeltjes in de lucht. Hele en halve kunstwerken staan bij Espeel naast bollen en wanden met Barcoschermpjes voor de wereldshows van Madonna, Britney Spears en nieuwe automodellen.

Sinds 1989 zijn artiesten thuis in de ex-steenbakkerij die Espeel voor de helft van zijn omzet kocht in 1982. De kunstbende overlegt en verwerkt er metaal, steen en hout met de steun van de medewerkers van Espeel. Onder de

kloeke bakstenenschouw van 65 meter — het baken van Rumbeke — liepen tentoonstellingen van hedendaagse kunst, artiestenfuiven en fotografeerde Carl Dekeyser arbeidscènes.

Na een jarenlang va-et-vient groeide Arteconomy in 2002 uit de confrontatie. In 2004 publiceerde Arteconomy een sociologenstudie van de Universiteit Gent. Professor John Vincke ontdekte dat door de omgang tussen werknemers en kunstenaars de bedrijfscultuur, de creativiteit en het zelfrespect van de medewerkers verbeterden. Michel Espeel: "Je kan oeverloos pleiten voor meer spitsheid van de werknemers, je kan dagenlang congressen organiseren over 'elke medewerker een ondernemer', maar dat blijft theorie. Door de samenwerking op de vloer tussen een beeldhouwer, een artistieke opstandeling, een toondichter en de metaalarbeiders vonkt het. De medewerker gelooft dat hij meer kan, ontdekt de kracht van het doen en denken van een kunstenaar. Ondernemers zijn ook artiesten: in de onderneming mislukken is als mislukken in de kunsten."

Een Belgische multinational heeft in Brabant een hal met kunst. Arteconomy is er consultant. "De onderneming kent het belang van de kunst voor de communicatie en de confrontatie, en wil onder meer daarmee haar *dimension humaniste* realiseren," zegt Julie Vandenbroucke, de vrouw van Michel Espeel en de spil van Arteconomy.

Vandenbroucke: "Wij filosoferen niet alleen, wij zijn doeners. Een textielbedrijf had te lijden onder interne con-



**JULIE VANDENBROUCKE
(ARTECONOMY)**

Een studie bevestigt dat de bedrijfscultuur, de creativiteit en het zelfrespect van de medewerkers verbetert door de omgang tussen werknemers en kunstenaars.

DE KUNSTENBIJBEL

flicten. De baas liet de naaisters samenwerken met een kunstenaar en nu zijn de spanningen voorlopig weg. De medewerkers vinden het weer plezierig werken, de ploegbaas ontdekte meer talent bij haar mensen en dat alleen al deed de conflictgrond smelten. Laat de Vlerickschool dat op papier zetten en ze zullen ons geloven. We hebben een beginselakkoord gesloten met Vlerick, die de aanpak van Arteconomy zal evalueren.”

Arteconomy bezocht een Engelse beursgenoteerde multinational met een staf van zes mensen, die kunstenaars samenbrengt met de medewerkers om zo de creativiteit op te krikken. “Het gaat niet om imagovorming,” onderlijnt Vandenbroucke. “De afdeling human resources is in twintig jaar overal een deel van een bedrijf geworden. De inzet voor kunst zal groeien tot een afdeling creative resources.”

Meerwaarde voor metallo's

Arteconomy gelooft rotsvast in het nut van kunst voor de schepping in een bedrijf. Dat geloof wordt uitgedragen in een boek (zie kader: *De kunstenbijbel*). Vandenbroucke is kunstkenner en kunstconsument: “Jarenlang heb ik willen begrijpen waar het steunpunt ligt van de hefboom die kunst kan zijn voor de creatie in ondernemingen. Dat steunpunt is de verbinding tussen de kunstenaar en de werknemer. Het object, dat wat concreet gemaakt wordt, is bijkomstig. Wat kan kunst betekenen in de samenleving? Is het een ontwikkelingsinstrument van de maatschappij, zoals de economie? Ja, want ■■■

Leesbare teksten over kunst en economie zijn schaars. De eersteling van Arteconomy, *Kunstenaars en Ondernemers*, breekt met een traditie van dure woorden en hermetisme. Marc Ruyters, cultureel journalist, deed de eindredactie van de gesprekken en bespiegelingen van de denkgroep Arteconomy. Het boek is uitgegeven bij Lannoo Campus. Arteconomy coacht zeven bedrijven en groepeert een filosoof, een sociologe, een galeriste, een hoger kaderlid van Toyota, een kunstenaar en de familie Espeel: vader, moeder en dochter Annelies. De vzw vergt jaarlijks 75.000 euro en is liefdewerk van de familie Espeel.

Marc Ruyters trekt drie conclusies. Eén: de verschillende relatievormingen tussen kunst en economie zijn voortdurend en onlosmakelijk verbonden. Twee: de mens (kunstenaar, ondernemer, medewerker) noch de kunst of de economie is de finaliteit. Drie, de kunstenaar en de ondernemende mensen zijn samen verantwoordelijk om te bouwen aan een betere samenleving.

Julie Vandenbroucke: “Het boek is geschreven naar de ondernemers toe. Wij toetsen in de praktijk een humaan maatschappijmodel door een omvattende, holistische aanpak. Mijn motivering is niet zelf geld te verdienen, het bedrijf meer geld te doen verdienen of de kunstenaar rijker te maken. Mijn drive is dat andere maatschappijmodel, een model dat evolueert van *travailler ensemble* naar *collaborer ensemble*.”

DE 4 C'S VAN ESPEEL

De wieg van Arteconomy is Constructies Espeel. Daarrond groeide een kring van kunstzinnige en praktische mensen, die onder meer een lessenreeks organiseerde in bedrijven over de meerwaarde van kunst voor ondernemingen.

Espeel wortelt in boerengrond. Vader Espeel stapte als landbouwerszoon na de oorlog van de hoeve naar het vlas. Hij stopte als vlasser in 1954 door de concurrentie en de prijzen van het Russische vlas. Zijn peter in Rumbeke had een meubelfabriek, en senior, hij was vernuftig, ontwierp een hefkarretje voor het transport in de ateliers. Dat werd een succes in de jaren zestig en zeventig. Michel Espeel, de oudste zoon, werkte altijd tijdens zijn vakanties: "Op mijn tiende ben ik de helft van het jaar niet naar school geweest. Een kozijn bekriftigde daarop mijn vader: als je zo voortdoet, leert die jongen nooit iets fatsoenlijks. Stuur hem op internaat naar het Klein Seminarie in Roesselare."

In 1960 werd de eerste arbeider, een broer van vader, in dienst genomen. In

1968 begon Michel Espeel aan het eerste jaar aan de Ufsia. Senior was vijftig en stuwte op een dag in elkaar bij het voetbal met zijn drie zonen. De dwingende wens luidde: jongen, zou je niet beter thuis blijven? En hij bleef thuis. Michel Espeel: "Vader liet meteen alle verantwoordelijkheid aan mij over. Hij was de constante onenigheid over de technische zaken met zijn twee broers grondig beu. Iemand moest de knopen doorhakken en ik raakte daar als groentje tussen, zonder technische knobbel."

Vandaag telt Espeel 75 medewerkers en werkt het in een ruim bedrijfspan. Maatontwerpen voor het kruim van de West-Vlaamse bedrijven leggen de bodem van de omzet (8 miljoen euro). Michel Espeel: "De sterkte van het bedrijf ankerd bij de bekwame ingenieurs. Zij zoeken een oplossing, wij houden ons aan de afspraken en laten onze klanten nooit in de steek. Je zult ver moeten lopen om iemand te vinden die van nul op zes weken die presentatiebollen voor de autoshow maakt. Wij zoeken dus meerwaarde en

zijn geen prijzenspeler."

"Bij de vraag: wat doe je nog, antwoord ik: de rest. En de rest zijn de vier c's. Eén: het concept, dus bijvoorbeeld van toelevering tot de constructie van een spektakelstuk voor de showbiz. Twee, de coördinatie van de techniek, de financiën en het personeel. Drie, de controle: het oog van de meester is nodig. Vier, de cultuur, dus de bedrijfscultuur. Als jij je mensen behandelt als een hond, is het bedrijf een kennel. Heb je respect voor je mensen, dan krijg je respect terug. Die laatste c is voor mij uiterst belangrijk."

■ ■ ■ noch kunst noch economie zijn doelen op zich. Er moet kunst zijn om de wereld beter te maken, zoals er economie is om het leven beter te maken."

Julie is zeer kunstminnend, leest veel, ontmoet beeldhouwers, schilders en fotografen, zegt Michel Espeel trots: "Ik ging op de duur af en toe mee naar vernissages en in 1989 deed de beeldhouwer Paul Gees zijn beklag. Hij wilde meer monumentaal werk maken, maar had niet de technische kennis en hulp om dat te doen. Niemand stond open voor zijn wens. Ik heb hem uitgenodigd naar de fabriek en hij maakte inderdaad een indrukwekkend stuk in staal van grote afmetingen. Door de groeiende contacten ontdekte ik dat kunstenaars dingen willen verwezenlijken die ze vaak niet aankunnen. Bovendien weten ze niet bij wie ze moeten aankloppen."

Alles begint met een gesprek vooraf tussen de artiest en ons, vertelt Espeel. "Een kunstenaar kan een goed idee hebben, maar hij moet samenwerken. Een schetsje binnensmijten is onvoldoende. Er moet meerwaarde zijn voor onze *metallo's*." Vandembroucke vult aan: "Zulke opdrachten zijn bij ons geen vreemd lichaam meer, de samenwerking is gaan behoren tot de bedrijfscultuur. Onlangs zaten er hier vijf kunstenaars samen aan tafel. Dat is voor Espeel geen pr, snobisme of zucht naar aanzien."

Michel Espeel: "De mensen op de vloer zien en voelen: dat is een goeie, die is zwakker en dat is een knoeier." Vandembroucke: "Het jargon van de kunstwereld, waardoor de artiest zich ongewild isoleert, wordt doorbroken. Kunst op zich is niet ontoegankelijk, wel scheidt het jargon een barrière. Hedendaagse kunst is open voor iedereen en dat

"Een ondernemer zei tegen mij: ik wil wel meewerken met Arteconomy, en hij bestelde een kunstwerk voor zijn bedrijf. Fout."

wordt een gewinning door de medewerkers daar bij te betrekken."

Bestellen mag niet

Kunstenaars vrezen opgesloten te raken in het systeem, hebben schrik om zich te laten inpakken door het kapitalisme, weet Julie Vandembroucke: "Alles hangt er van af op welke positie je wil staan. Zit je op de verbinding of zit je op het topje, op het object. Een ondernemer zei tegen mij: ik wil wel meewerken met Arteconomy, en hij bestelde een kunstwerk voor zijn bedrijf. Fout. Mijn vraag luidt: ziet hij dat als een bevestiging in een groot kunstenaar of investeert hij in de verbinding tussen die artiest en zijn mensen. Dat is de kern van onze benadering. Bij de keuze voor de verbinding zet je in op de bedrijfscultuur en de medewerkers."

Michel Espeel is actief in de ontwikkelingslanden, zet zich in voor het technisch onderwijs, leest en studeert: "Men ziet mij in de streek als een linkse rakker. Soit. Ik geloof inderdaad niet alleen in financiële meerwaarde in een onderneming, ook menselijke meerwaarde moet er zijn en die moet vergroot worden. Trouwens — en het is geen juzziïsme — hoe meer men de mens waardeert in een onderneming, hoe beter de financiën zijn. Check dat."

Frans Crois ■
frans.crois@trends.be

EXTRA INFORMATIE OP
WWW.TRENDS.BE

Eerdere artikelen over kunst en bedrijven.

