

**ARTECONOMY
2002–2009**

**Arteconomy dankt iedereen
voor zijn of haar bijdrage
aan de pioniersperiode
van 2002 tot 2009**

	1. VOORORDEEL*		6. ACTIE-REACTIE
5	Inleiding		73 Intern en internationaal netwerk
			– Intern reflectieplatform
			– Internationaal netwerk
			– Vertegenwoordiging van Arteconomy in raden
	2. POLITIEK		
7	De maatschappelijke urgentie en situering van Arteconomy		
	3. WANTED		
	3.1		
21	De aanpak van Arteconomy		80 7. EINDRESULTAAT
	– Arteconomy als model		Beleidsopties voor de toekomst
	– Arteconomy als format		– Een toekomst voor Arteconomy
	– Arteconomy als procescoach		– Een sterk conceptueel kader
	– Arteconomy als meerwaarde		– De maatschappelijke integratie van de relatie kunst en economie
	3.2		
30	Arteconomy operationeel		
	– Het formuleren van de missie en de strategische doelstellingen		
	– Sensibiliseren en maatschappelijk effect		
	– Adviseren		
	– Studie en onderzoek		
	– Het opzetten van innoverende researchprojecten		
	4. ONGEDULD		
60	Verbinding		90 Bronnen, literatuur en web
	5. DOORBRAAK		
68	De geschiedenis, het pionieren		
	– De geschiedenis van Arteconomy en internationale stapstenen		
	– De pionier/ondernemer		
	– Passie		
	– Strategie		

* Arteconomy publiceerde een tijd geleden om de zes weken een advertentie in het kunstenmagazine <H>ART. Telkens vroegen we aan een ondernemer, een kunstenaar of een organisatie om een trefwoord voor de relatie tussen kunst en economie te bedenken dat aanzet tot reflectie. De woorden vallen treffend samen met de inhoud van de verschillende hoofdstukken uit deze publicatie. De uitleg die de bedenkers aan deze woorden meegaven, vindt u op pagina 86 en volgende.

Inleiding

Wat is de toekomst van Arteconomy? We spreken hier niet over de vzw in stricto sensu maar over het gedachtegoed en de denkwijze waar die voor staat. Die gelooft in een gemeenschappelijke dynamische bron waar zowel een ondernemer, een kunstenaar of een wetenschapper zijn creativiteit uit put. Bijgevolg zijn de verbindingen tussen hun verschillende activiteiten oorspronkelijker dan de verschillen die vandaag diepe kloven door het maatschappelijke landschap trekken. Deze verbindingen kunnen dan ook, aan de basis van de bestaande structuren, verandering en verbetering in beweging zetten.

Onder invloed van noties als de kennismaatschappij, creativiteit, innovatie en academisering worden initiatieven toegejuicht die maatschappelijke transformatie beloven en realiseren. Voor dergelijke initiatieven maakt de overheid sinds enkele jaren (op beperkte schaal) budgetten vrij. Is het bijgevolg denkbaar dat ministers van economie, onderwijs en cultuur en hun administraties de kracht van een gemeenschappelijke creatieve bron erkennen en elkaar daar treffen? Zien zij dat kunst en cultuur niet zonder waarde zijn voor de economie? En dat het onderwijs, ondanks de overspecialisatie, toch de grondlegger is van creativiteit, van grensoverschrijdend denken en samenwerken?

Kunnen deze evoluties plaatsvinden zonder dat unilateraal het functionalisme van de economie nog verder aan terrein wint en tenslotte haar logica aan alle segmenten van onze samenleving oplegt? Versterkt de economische crisis deze beweging of zal zij juist ruimte geven aan creativiteit en innovatie? Welke ruimte is de maatschappij en het overheidsbeleid bereid te vrijwaren voor het chaotische, het onmeetbare, het zoekende en het spelende dat een eenzijdige economische logica met nieuwe zuurstof kan doordringen?

De bovenstaande vragen en bedenkingen willen we ter sprake brengen nu Arteconomy als organisatie een periode van pionierswerk lijkt af te sluiten. Wat enkele jaren geleden inder-

daad pionierswerk was, wordt nu opgepikt door de overheid en als *mainstream* geconsolideerd. De vraag naar de toekomst van Arteconomy en de bestemming van haar ideeën, is dan ook aan de orde van de dag. Kunnen we hopen dat het ideeëngoed waar Arteconomy jarenlang de nodige sensibiliteit voor losgeweekt heeft en met ondernemerszin heeft aangepakt, met inspiratie wordt gecontinueerd?

Dit katern houdt het midden tussen het verleden en de toekomst van Arteconomy. Terwijl het een periode van zeven jaar groei wou neerleggen, bleek het ook de ideale gelegenheid om plannen voor de toekomst wereldkundig te maken. Het biedt zowel een overzicht van het geleverde werk, inzicht in de specifieke aanpak en visie van Arteconomy als nieuwe ideeën en streefdoelen.

De maatschappelijke urgentie en situering van Arteconomy

We openen dit katern met de neerslag van een vraaggesprek tussen Julie Vandenbroucke, voorzitter van Arteconomy vzw; Charlotte Bonduel, redacteur van deze publicatie en doctoraatstudent aan de Vrije Universiteit Brussel, en Pascal Gielen. Pascal Gielen doceert kunstsociologie en -beleid aan de Rijksuniversiteit van Groningen. Ook bekleedt hij het lectoraat *Kunstpraktijk in de Samenleving* van de Fontys Hogeschool voor de Kunsten in Tilburg. In dit gesprek wordt de rol van Arteconomy als maatschappelijke speler tussen kunst, economie en politiek gesitueerd en geanalyseerd.

Hoewel Arteconomy begonnen is als een persoonlijk onderzoek¹, heb ik ontdekt dat wij een maatschappelijk belang dienen. Daarom moet Arteconomy een pioniersperiode afsluiten en haar rol structureel neerzetten binnen de maatschappij. We hebben de voorbije jaren subsidieaanvragen ingediend, zowel bij het kabinet van Cultuur als bij dat van Economie en daar is telkens negatief op gereageerd. Beide kabinetten verwijzen naar elkaar door. Enerzijds merken wij dat onze werkwijze beantwoordt aan een maatschappelijk belang, anderzijds blijkt de politiek ons daar niet in te volgen. Dat brengt mij tot de vraag of het beleid klaar is om een joint venture tussen kunst en economie aan te gaan? Kunnen op politiek niveau verbindingen tussen kunst en economie bekrachtigd en waar nodig ook gemaakt worden?

1. Arteconomy vzw is ontstaan uit het concrete voorbeeld van samenwerkingen met kunstenaars in het metaalbedrijf Constructies Espeel in Rumbeke. Een overzicht daarvan kan u nalezen in het boek *Walk With Me. Over kunstenaars, het bedrijf Constructies Espeel en hun samenwerkingen*. Red. Bonduel C. en Derycke L., 2008, Lannoo.

PASCAL GIELEN: “Vanaf de jaren zeventig worden kunst en creativiteit sterk omarmd door het bedrijfsleven onder de algemene term Post-Fordisme². De economie heeft op een zeker ogenblik begrepen dat je arbeiders niet meer als nummers kan behandelen maar daarentegen hun individuele capaciteiten kan aanspreken. Wie dat niet hebben begrepen zijn de politiek, het beleid, maar ook de universiteiten. Zij blijven in een bijna Fordistisch³ model redeneren en met hun personeel of studenten omgaan. Men weet daar niet hoe men met vormen van creativiteit moet omgaan, waarvoor de kunst op natuurlijke wijze model staat.

De politiek is vandaag geen politiek meer, maar een soort bestuur. Dat illustreert de herhaalde, retorische zinsnede “Europa heeft beslist”, alsof een minister een ambtenaar is die uitvoert wat Europa heeft beslist. De verantwoordelijkheid wordt afgeschoven. De politiek is een soort van *governance* geworden die de samenleving tracht te beheersen. Om daarin te slagen heeft ze een slechte kopie aangenomen van het bedrijfsleven. Ze probeert te managen, doet aan *outsourcing*. Ze teert op een expertise die zogenaamd niet ideologisch is. Want hoe je dossiers moet behandelen, hoe je met je personeel moet omgaan enzovoorts, dat volgt allemaal een zogenaamd objectieve ratio. Dat kan je meten.

Ideologie telt niet meer in de politiek. Alle partijen staan voor hetzelfde: men wil beter bestuur. Politici zijn bestuurders geworden. Maar de politiek was vroeger, in haar klassieke, verzuilde vorm, wel een esthetische politiek. Die had een ideaal, een beeld van hoe de maatschappij eruit moest zien. Ze was soms utopisch. Dat esthetische principe is helemaal weggesleten.

2. “De overgang van een Fordistisch naar Post-Fordistisch (of ook wel: Toyotaïstisch) productieproces laat zich grosso modo markeren door de passage van ‘materiële’ naar immateriële arbeid en de productie van materieel naar die van immaterieel goed. Bij de laatste wint de tekenwaarde aan belang op de gebruikswaarde. (...) Vormgeving, esthetiek, kortom uiterlijke tekens of symbolen vormen vandaag een belangrijke motor van de economie omdat ze alsmaar meer de consumptielust mee bepalen.” Gielen P., *Het Gemurmel van de Artistieke Menigte. Over Kunst en Post-Fordisme*. 2008, Fontys: Tilburg.
3. Het Fordisme is een productiemodel voor bedrijven gebaseerd op bandwerk en serieproductie, dat werd uitgevonden door Henry Ford, stichter van het gelijknamige automobielbedrijf.

Dat de politiek de kunst niet omarmt – ook al lijkt dat schijnbaar zo – terwijl de economie dat wel doet, heeft te maken met het moment in de geschiedenis waarop ze de grote verhalen vaarwel zei, waardoor esthetisch denken niet meer mogelijk is. De politiek heeft een historische kater overgehouden aan de grote verhalen en vreest daarop gepakt te worden wanneer ze weer in termen van maakbaarheid gaat denken. Daarom grijpt ze voortdurend naar meetbare elementen: efficiëntie, effectiviteit, meetbaarheid en management.

De conclusie is dat er mentaal en maatschappelijk veel grotere parallellen zijn tussen de bedrijfswereld van de entrepreneur en de kunstwereld, dan tussen wat men vandaag nog de politiek noemt en de kunstwereld.”

Heeft de kunstwereld dat begrepen?

GIELEN: “Wat de kunstwereld ontgaat, is dat een manier van denken en sociale omgangsvormen die typisch zijn voor de kunstwereld, geïncorporeerd zijn door de economie. Haar arbeidslogica en -ethiek zijn deel geworden van het bedrijfsleven. De kunstwereld weet niet meer hoe ze zich daartegenover moet positioneren of eraan ontsnappen. Je hebt aan de ene kant de krampachtige reactie van een bepaald deel van de kunstwereld die niets met geld of het bedrijfsleven te maken wil hebben. Zeker voor de beeldende kunst is dat een ambivalente relatie, want elke kunstenaar leeft van de werken die hij verkoopt. Dat is een mercantiele relatie, die verdrongen of ontkend werd vanaf de negentiende eeuw. De klassieke oplossing blijft nog altijd dat de overheid dan beschouwd wordt als een buffer. Overheidsfinanciering biedt een balans tegen de vermarkting, tegen de economisering van het werk van de kunstenaar. Dat model is zoals gezegd negentiende-eeuws en verouderd. Het gaat nog uit van het centralistische idee van de natie-staat. Op die manier kan je alleen reactionair opereren, in een voortdurende patstelling tussen economie en kunst.

Kijk naar de oudere generatie Vlaamse kunstenaars. Thierry De Cordier bijvoorbeeld is het geijkte model van iemand die de economie weigert. Hij cultiveert daardoor een oud, romantisch

model van de kunstenaar dat ook vandaag nog aan kunstacademies wordt gepropageerd.”

Mijn ervaring zegt dat kunstenaars zich niet bewust zijn van de evolutie die de economie ondergaan heeft. Daarom zien ze niet dat ze eigenlijk partners zijn geworden en blijven ze zich ertegen verzetten. Anderzijds stellen ook meer en meer kunstorganisaties vast dat ze vandaag op dezelfde manier redeneren als de economie. Ze vragen zich af wat dan hun corebusiness is.

GIELEN: “Kunstenaars moeten oppassen voor de markt en de economie. Hun argwaan is terecht. Ik werk zelf in een mastodontschool in Tilburg waar er elk jaar tweehonderd vijftig kunststudenten hun studie voltooien. Dat zijn allemaal creatieve actoren. Ze zijn allen kunstenaar. Om bij te blijven, implementeert men daar de markt in de school aan de hand van een evenementenbureau. Daardoor gebeurt niet meer wat altijd eigen was aan het onderwijs: het opschorten van de markt voor een tijd, tot je achttien of tweeëntwintig bent. Als je begint met vraag en aanbod binnen een opleiding dan snijd je heel veel mogelijkheden weg: tijd voor experiment, tijd voor verlies, zoals dingen die je weg kan gooien, en ook elk moment van zelfreflectie. Een bepaalde mentaliteit wordt daardoor heel dominant. Waardoor je na tien of vijftien jaar *burn outs* krijgt bij die jonge mensen, omdat ze al van in het begin uitgewrongen worden. Er is dus een reëel gevaar in de relatie tussen kunst en economie.

Maar de gangbare reactie daarop is de reactionaire. Terwijl ik denk dat je juist meer strategisch op de markt moet inspelen. Ten eerste moet je weten hoe de economie werkt; hoe Post-Fordistische economie werkt, want in die context leven wij. Je moet weten hoe de netwerksamenleving functioneert. Dat die werkt met tijdelijke contracten, tijdelijke relaties en flexibele werkuren. Je moet je op zijn minst van dit geheel bewust zijn om dan te kijken waar de lacunes zitten. Wat zijn de problemen met dit model en hoe kan je daar strategisch op reageren?

De kunstwereld krijgt, door het stomme feit van de financiële crisis, alle *tools* terug in handen. Die toont heel mooi aan hoe ruil-

waarde een soort van virtuele, immateriële waarde is geworden die op hol is geslagen. Er is geen enkel product meer dat tegenover die financiële waarde staat. Geld refereert alleen nog maar aan geld waardoor je een ongelooflijke ontploffing krijgt, een excès. Iemand die heel goed inziet dat die ruilwaarde virtueel is, is de ondernemer. Ik heb het dan niet over de manager maar over de oude baas van het bedrijf die zelf eigenlijk ingenieur is, die opgeklommen is tot directeur, maar de band met het product niet verliest. Hij begrijpt dat een product een bepaalde gebruikswaarde heeft, die hij probeert op te drijven, maar tegelijk weet hij nog altijd dat hij eigenlijk “maar dit” maakt. Die ondernemers zien nog dat verschil.

Luc Tuymans zei al duizend keer dat hij de prijzen voor zijn schilderijen niet begrijpt. Hij weet ook dat hij “maar dit” maakt. In die zin is de kunstwereld een historische voorloper die aantoont dat de koppeling tussen gebruikswaarde en ruilwaarde volledig kan ontsporen. Elke kunstenaar of zijn galeriehouder is bezig met de verkoop van zijn werk en probeert de relatie tussen gebruikswaarde en ruilwaarde stabiel te houden: “Dit werk mag niet te duur verkocht worden of het mag niet op de veiling komen want dan heb ik het niet meer in de hand.”

Het object *an sich* heeft een waarde, maar het figureert in een symbolische economie die de ruilwaarde bepaalt. Vanuit dit inzicht kan de kunstwereld twee dingen doen. Ofwel ga je over-identificeren in de virtuele richting. Laten we de band tussen beide volledig kapot rijden en louter doorgaan op de virtuele waarde zonder dat er nog een product tegenover staat. Ofwel ga je het belang van de relatie benadrukken en zorgen dat die blijft bestaan.

Op onze nationale feestdag heeft zelfs de koning over ethiek gesproken. We moeten terug naar een ethische oriëntatie en dan komen we bij het artistieke voorbeeld van Michelangelo Pistoletto. Hij heeft wel begrepen dat we allemaal ondernemers zijn. Enigszins bombastisch zegt Pistoletto dat we terug moeten naar het oude Fordisme waarin een auto van A naar B moet kunnen rijden. Hij moet dat niet alleen functioneel doen, maar ook ecologisch verantwoord, als een soort van inclusief Fordisme. Vanuit die logica ga je terug ethisch verantwoordelijk handel drijven en met kunst omgaan. Je krijgt een soort van ethische ommekeer.”

*Het grote verhaal was voor jou op ethiek gebaseerd.
Waarom valt ethiek voor jou samen met esthetiek?*

GIELEN: "Ethiek is voor mij een esthetisch principe. En artistiek denken betekent: al wat is kan anders zijn. Dat is de redenering die je maakt als kunstenaar. Het is het aftasten van andere mogelijkheden, wat de laatste Biënnale van Venetië *Making Worlds* noemt. Een kunstenaar moet in volledige maakbaarheid geloven. Hij kan daar ook in geloven omdat hij met iets fictiefs bezig is. Mogelijkheidszin is een activiteit die vandaag in de politiek, maar ook in de wetenschap wordt weggesneden. In de wetenschap ligt de klemtoon nu op de methode. Als je in een *peer reviewed* tijdschrift wil aanvaard worden, dan is de eerste vraag: hoe heb je gemeten? Terwijl creativiteit juist zit in het hypothetisch vermogen van de wetenschap, in het formuleren van een hypothese, in het kunnen naast elkaar plaatsen van werelden die al dan niet mogelijk zijn. De politiek heeft dat ook weggesneden. Die evolutie was al bezig sinds de jaren zeventig, maar voltrok zich symbolisch met de val van de Berlijnse muur. De politiek gaf vroeger vorm aan de samenleving. Dat doet een kunstenaar ook. Die laatste geeft weliswaar vorm aan materiële dingen, aan objecten, maar er is een duidelijke parallel. De politiek gelooft nu nog nauwelijks in de maakbaarheid van de samenleving. Alles is een reactie op de markt of op geglobaliseerde fenomenen. Vooraf beredeneerde stappen worden niet meer gezet. Dat is ondenkbaar geworden.

Door alleen al kunst en economie samen te gooien, creëert Arteconomy een omgeving met een onmaat⁴ die niet grijpbaar is. Dat is misschien zo met elk nieuw idee. Het glijdt langs alles. Je voelt dat letterlijk bij subsidieaanvragen: Arteconomy opereert in een omgeving die niet gemeten kan worden. Outputmetingen in de politiek zijn een kopie van efficiëntie en effectiviteit in een ander bestel waardoor je tot in de kleinste vezels van een organisatie alles probeert te meten. Op die manier wordt de handelingsruimte die daarvan afwijkt heel

4. Gielen P., *De Onmaat van de Kunst*. Interview met Paolo Virno, 2009, Open 17. <http://www.skor.nl/artefact-4172-nl.html>

klein, waardoor je een ongelooflijke middelmatigheid krijgt op alle vlakken, een soort van diplomatische kunstenaar die zich schikt naar de regels.

Kunst moet altijd een onmaat aangeven. Een andere maat die over twintig of dertig jaar misschien wel meetbaar is, maar die vanaf het moment dat ze wordt neergezet alles volledig door elkaar gooit.

Omdat de politiek haar esthetica verloren is en eigenlijk maar een slechte kopie is van de economie, heeft ze het moeilijk om een stevige onderhandelingspositie in te nemen ten opzichte van de economie en ook van de kunst. Om dan toch een eigenheid te behouden, krijg je een kramp.

De politiek moet terug durven beslissen. Aan politiek doen, wil zeggen dat elke keuze die je maakt een keuze is tegen iets anders. Dat betekent ook dat in een mondiaal bestel, de nationale politiek het lef moet hebben om alleen te gaan. In België is dat gebeurd bij het invoeren van de Tobintaks⁵. Dat heeft ons land helemaal alleen gedaan. Maar ook deze maatregel waakt erover dat de ruilwaarde gerelateerd blijft aan de productwaarde. Uit de logica van de kunst en hoe ze gefunctioneerd heeft vanaf de vermarkting in de negentiende eeuw, kan je dus ethische lessen trekken. De politiek kan van de kunst leren, maar denkt daarentegen vanuit haar bestuurskunde dat alles efficiënt moet opgelost worden."

Hoe kan de politiek dan leren van de kunst en ethisch of esthetisch te werk gaan? En welke rol kan Arteconomy daarin spelen?

5. Op dit ogenblik is België het enige land ter wereld waar de Tobintaks in een wet is gegoten. De Tobintaks is een kleine belasting op valutatransacties, die al in 1972 door de Amerikaanse econoom en Nobelprijswinnaar James Tobin werd voorgesteld. Door zo'n belasting – bijvoorbeeld 0,1 of 0,25 procent – wordt de valutahandel een stuk minder interessant. Het afremmen van het 'flitskapitaal' is het eerste argument voor een Tobintaks. Daarnaast levert een dergelijke belasting op internationale valutatransacties een flinke hoeveelheid geld op die goed besteed kan worden om de armoede in de wereld te bestrijden. (bron: Wikipedia)

GIELEN: “Vanaf de romantiek in de negentiende eeuw hebben kunstenaars gezegd dat ze niet kunnen werken binnen structuren. Ze willen geen vast contract, geen vaste benoemingen. Een kunstenaar moet projectmatig en onregelmatig kunnen werken, 's nachts, overdag of altijd. Op een perverse manier heeft de creatieve industrie dat geïncorporeerd waardoor alle sociale arbeidsvoorwaarden zijn weggefallen.

Bovendien zie je meer en meer kunstenaars die in de creatieve economie terechtkomen en dat werk combineren met hun kunstpraktijk. Ze zijn pluraal en doen aan *multi-jobbing*. Ze denken niet meer vanuit de reactionaire houding van de autonome kunstenaar. Op individueel niveau maken kunstenaars voortdurend de *cross over*, met heel wat problematische gevolgen waar een overheid op inspelen kan.

Het ondernemerschap hanteert een bepaald mensbeeld dat vertrekt vanuit het individu en sterk gelooft in de eigen maakbaarheid. *The American Dream*: je kan als ondernemer je eigen lot ombuigen. In deze ondernemerslogica, gepaard aan dit mensbeeld, heeft solidariteit weinig belang. Op alle vlakken krijg je een individuele ratio. Daar komt dan nog bij dat het ondernemerschap voortdurend projectmatig werkt, want het Post-Fordisme zoekt naar tijdelijke relaties. Dat zorgt dat je alleen nog solidariteit krijgt op het moment en voor de duur van het project. Daarna klappt het netwerk dicht, gaat het uit elkaar en krijg je een nieuw netwerk met ook weer een andere solidariteit.

Een overheid, maar ook Arteconomy moet die relatie bewaken. Projectmatig werken heeft gevolgen voor iemands sociale relaties, arbeidsrelaties en arbeidscontracten. Hoe kan je dat projectmatig werken, dat zo dominant is geworden in onze economie, toch weer duurzaam maken zonder de voordelen ervan te verliezen? Als een overheid die plurale activiteiten vaststelt, moet ze daar op inspelen en kijken wat ze wanneer gaat subsidiëren, in welke fase van een loopbaan bijvoorbeeld. Hoe neemt ze de preciaire situatie weg van zo'n kunstenaar die voortdurend wordt uitgebuit door de design-sector? Na tien jaar is hij verouderd en wordt hij uitgespuwd. Maar dan heeft hij niets. Hij heeft geen pensioen opgebouwd, geen sociale voordelen.

Een organisatie als Arteconomy moet tegelijk op die problematiek maar ook op het voordeel van die samenwerking wijzen. Vanuit haar expertise in kunst en economie kan ze onderzoeken hoe ze op een ethisch verantwoorde manier van elkaar kunnen leren, zodat de politiek er op een zeker moment wettelijke kaders kan voor maken.”

Arteconomy wil de organisatorische modellen van de kunstwereld en het bedrijfsleven aanpakken, maar dan zeker niet in één richting. Het is niet onze visie om modellen uit het bedrijfsleven over te brengen naar de kunstwereld omdat ze daar zogenaamd geen modellen zouden hebben. Integendeel, ik vind dat de kunstwereld met interessante modellen werkt, maar zich daar onvoldoende van bewust is. Ik denk aan het model van de Vooruit onder Erik Temmerman, of aan de manier waarop Guy Cassiers bij het Toneelhuis zijn inhoudelijk programma waarmaakt. Voor mij is dit laatste een zuivere vorm van open innovatie. Ik wil die bevruchting in beide richtingen mogelijk maken. We moeten interessante modellen detecteren in de kunstwereld en die overbrengen naar de economische wereld, maar ook omgekeerd.

GIELEN: “Wat mij bijvoorbeeld opvalt in artistieke organisaties is dat ze niet differentiëren. Functies lopen door elkaar. Iedereen doet zowat alles. Persoonlijke relaties zijn daar heel belangrijk. Guy Cassiers bijvoorbeeld moet volledig op zijn zakelijke leider kunnen vertrouwen. Alle facetten van zijn persoonlijkheid tellen. Hij moet niet alleen financieel onderlegd zijn, maar ook zijn uitstraling, wat hij zegt in de media, is belangrijk. Je hebt daardoor een sterke persoonlijke vertrouwensrelatie die formeel is. Grote of grotere bedrijven die uit een KMO-structuur beginnen te groeien, die vergeten dat soort band. Ze gaan fragmenteren. De vraag is dan hoe je toch relaties kan incorporeren die totaal zijn, waarin de hele persoonlijkheid een rol speelt.

Daarin is de kunstwereld expert. De kunstmarkt is geen zuivere markt. Want stel dat je een werk van Luc Tuymans wil kopen, dan moet je Luc Tuymans kennen, maar ook zijn galeriehouder Frank Demaegd. Dan moet je met hem gaan eten. Zo

worden vertrouwensrelaties opgebouwd. Een belangrijk punt van vertrouwen is dat het schilderij de dag na de verkoop niet meteen op de veiling komt. Dat wordt gecontroleerd. Uit de sociale band die ontstaat bij het kopen van een product kan de economie iets leren. Dat kan niet voor alles zo zijn, want massaproductie is er net voor verantwoordelijk geweest dat er een afstand kwam. Maar mijn punt ligt elders: in een kunstorganisatie die vol energie zit en met idealen werkt, is die vertrouwensrelatie een logische organisatorische structuur, maar ik weet niet of je die zomaar mag overplanten op het bedrijfsleven. Om toch die totale relatie te bereiken, organiseren bedrijven teamweekends en feestjes. Het grote probleem is natuurlijk dat het bedrijf het hele leven van een mens gaat controleren. Dat is de oefening die Arteconomy telkens opnieuw moet maken: laten zien hoe creativiteit werkt en niet werkt en hoe een organisatie ervan kan leren op een frisse manier. Wat heeft het bedrijf nodig? Wat kan het ervan leren? Want de valkuil is hier dat het leven zelf volledig geëconomiseerd wordt.

Richard Florida⁶ zegt dat er meer aandacht moet zijn voor creativiteit in de economie, maar hij denkt nog vanuit een accumulatiespiraal. Je kan als bedrijf nog meer of nog sneller verkopen als je met design gaat spelen. Mensen kopen niet langer een nieuwe mobiele telefoon omdat hij kapot is maar omdat het design versleten is na twee jaar. Je hebt daar een virtuele motor. Het vormgeven dient om de economie sneller te laten lopen dan ze zou moeten. De economie virtueel opdrijven vind ik een heel nefaste bijdrage van de esthetica aan de economie.

Als je je op dat – zeker voor de overheid – troebele terrein van kunst en economie bevindt, dan moet je je goed bewust zijn van alle mogelijke vallen waar je in kan trappen. Zowel vanuit het perspectief van de kunstenaar als omgekeerd.”

Daarom heeft Arteconomy tot op heden alleen research-projecten opgezet in bedrijven. Daarbij zochten we naar een situatie waarin de kunstenaar evenveel aan de samenwerking had als de ondernemer, zodat ze zich door een

6. Florida R., *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, 2002. Basic Books.

partnership allebei konden ontwikkelen. Ons doel was niet om de economie materieel nog rijker te maken, maar wel om aan de kunstenaar en de ondernemer een kans te geven om zich verder te ontwikkelen. Dat betekent dat we nog geen projecten in opdracht hebben aangenomen. In de toekomst kunnen we dit om twee redenen niet blijven volhouden. Ten eerste is die manier van werken heel intens en vergaand. Bovendien merken wij ook dat de pluraliteit van de kunstenaar meer en meer opkomt. Ze zijn bereid om in het bedrijf te gaan werken, eerlijk hun geld te verdienen en er tegelijk iets van op te steken. We kunnen niet blijven werken met enkel researchprojecten, hoe ethisch verantwoord die ook mogen zijn, omdat de maatschappij evolueert.

GIELEN: “Een creative tool kan in een bedrijf twee kanten uit. Creativiteit kan gebruikt worden in een accumulatielogica. Of je maakt in het bedrijf een ruimte, een onmaat binnen de maat van het bedrijf die strategieën ontwikkelt die traagzaam⁷ zijn. Je kan bijvoorbeeld nadenken over het design van een auto die tien jaar lang kan overtuigen. Waarom komen bepaalde retro-modellen terug? Hoe kan je ervoor zorgen dat een product tien jaar kan meegaan en tien jaar op de baan blijft? Dat vind ik een vraagstuk voor een creatief ontwerp en niet: “Hoe kunnen we de verkoop versnellen?”

De westerse economie is op dit moment op hol geslagen. Macro-sociologisch is de uitdaging van creatief denken om alles te vertragen. De vraag is dus hoe je dat als creatief denker kan stimuleren. Natuurlijk komt die auto nog op de markt en is verkoop het objectief, maar de vraag is wel hoe je de nefaste tendens van accumulatie kan counteren. Daar doet kunst aan politiek, want ze uit een mening over hoe de maatschappij moet werken. De kunstenaar gaat weer denken over de samenleving. Hoe kunnen economie en ecologie zich tot elkaar verhouden en hoe kan je er op ingrijpen? De kunst kan dan nog twee kanten op. Een Damien Hirst zal nooit in die richting denken, een Michelangelo Pistoletto

7. Traagzaam is een samentrekking van het woord ‘traag’ dat in ons denken een negatieve connotatie heeft, en het woord ‘duurzaam’ dat wel positief is.

wel. Arteconomy zal ook op termijn zien dat het met bepaalde kunstenaars wel en met andere niet kan werken.”

De Post-Fordistische economie blijkt inderdaad heel wat inspiratie uit bestaande artistieke modellen te halen, toch blijft er een enorm schaalverschil tussen beide werelden gelden.

GIELEN: “De economie heeft ingezien dat de kunstenaar iets te bieden heeft dat ze zelf broodnodig heeft, maar je kan niet zomaar van een symmetrische relatie uitgaan. De macht zit wel degelijk in het bedrijfskamp. De economie kan strategisch spelen, maar de kunst alleen tactisch. Ze kan op de economie inspelen, weerhaken maken, omdat de relatie nooit symmetrisch is. Om even een omweg te maken: als ik voor honderdtachtig studenten zeg: “En we maken de afspraak dat we volgende week geen les hebben en daarna een tentamen ...”, dan maak je natuurlijk geen afspraak, maar je doet wel alsof. Je simuleert een symmetrische relatie, maar in werkelijkheid bepaal ik de spelregels. Misschien is dat ook de valsheid van het partnership. Je kan niet uitgaan van een symmetrische relatie, maar het partnership kan wel het ideaal zijn. Dat werkt in twee richtingen. Het betekent dat we de kunstenaar in die mate moeten ondersteunen dat zijn relatie in het bedrijf zo symmetrisch mogelijk wordt, maar ook dat je het bedrijf weet te overtuigen van de noodzaak dat de kunstenaar autonoom kan werken binnen dat bedrijf op het gegeven moment.

Ook de politiek zit in een ondergeschikte positie. Sinds de opkomst van de multinationals is de politiek volledig ondergeschikt geraakt aan grote bedrijven. Als morgen Procter & Gamble uit Brussel vertrekt tenzij een wet verandert, dan zal die wet veranderen. Dat zal nog altijd het gevolg van een onderhandeling zijn, maar ook bij het vertrek van DHL aan de luchthaven bleken heel wat factoren daar een invloed op te hebben.

Partnership kan vals zijn als je zegt: “Het is er”, want het is er niet. Het moet het doel zijn. Dat is de werkwijze van Arteconomy. Stap voor stap overtuig je het bedrijf. Het begint met kunstwerken aan de muur omdat het bedrijf dat wil. Maar eens daar, vraag je of de samenwerking niet een stap verder kan gaan door een kunstenaar in te schakelen die dan iets helemaal anders zal willen dan zij.

Zo trek je een onderhandelingsproces op gang dat de relatie meer en meer symmetrisch maakt. Op een microniveau denk ik dat je ook werkelijk een symmetrische relatie kan uitbouwen. Tijdens een project kan een ondernemer echt overtuigd raken van de intrinsieke waarde van een kunstenaar. Maar macro-sociologisch zal de relatie altijd asymmetrisch zijn. Niettemin breng je de kunstenaar in een mogelijke onderhandelingspositie. Dat is een belangrijke stap. Anders geformuleerd zou je kunnen zeggen dat je de kunstenaar weerbaar maakt om te kunnen onderhandelen en de ondernemer weker door alle strategische inzichten en valkuilen die de relatie meebrengt, mee te geven.

Ik begrijp niet dat, als je dat uitspeelt naar een overheid, die daar niet op inpikt. In dit verhaal is de inzet heel anders dan zomaar verwachten dat kunst en economie hand in hand gaan. De kunstenaar kan aan de samenwerking verdienen. Je maakt hem ook economisch sterker. Onze overheid handelt vandaag neo-liberaal en trekt zich terug uit de samenleving, maar net daarom vind ik het heel bizar dat ze zelfs niet ziet dat Arteconomy de kunstsector een cadeau doet. Ten dele toch, want alle cijfers wijzen erop dat het aantal kunstenaars, of mensen die zich zo noemen, het voorbije decennium vertienvoudigd is. Door de democratisering van het onderwijs in de jaren zeventig zijn sowieso meer mensen naar de kunstacademie gegaan. De overheid kan die overvloed niet aan, terecht. Een mooi voorbeeld zien we met de dans. P.A.R.T.S. is er gekomen en Brussel ontploft. Het is onmogelijk om al die dansers te subsidiëren. Als je daar een eerbare relatie tussen kunst en economie kan formuleren dan kan dat een oplossing zijn.”

Vanuit welke positie kan Arteconomy haar maatschappelijke rol het best opnemen? Als verlengstuk van de overheid of als private onderneming?

GIELEN: “Arteconomy moet een goede waakhond zijn en tegelijk dubbelheid stimuleren. In de projecten heb je een derde partner nodig en om dat te zijn moet je vanuit een neutrale positie kunnen vertrekken. Je moet een arbiter hebben. Ik denk dat een overheid daar haar verantwoordelijkheid moet nemen. Als je alleen maar van het ene bedrijf naar het andere rent dat al

dan niet met geld over de brug komt, dan ben je heel afhankelijk van wat zich aandient. Dan bevindt ook Arteconomy zich in een ondergeschikte positie, want zoals gezegd is de relatie asymmetrisch. Je hebt minder kracht om een project bij te sturen, om erop te wegen of om bepaalde pistes te weigeren, dan wanneer je autonoom bent.

Om die neutrale positie hard te maken, heb je de hulp van een overheid en overheidsgeld nodig. En dit niet alleen om financiële redenen. Het gaat ook om een symbolische positie. Je wordt dan erkend door een overheid om dat bemiddelend werk op te nemen.”

3 . WANTED!

3 . 1

De aanpak van Arteconomy

Halfweg de twintigste eeuw neemt de Amerikaanse schilder Jackson Pollock met zijn all-over paintings definitief afscheid van het negentiende-eeuwse, centralistische denken. Als het centrum niet bestaat dan ook de marge niet. Alle delen zijn gelijkwaardig. Vandaag stellen we vast dat de avant-gardistische houding van deze kunstenaar nog niet geïntegreerd is in het doen en denken van de hedendaagse kunstwereld en economie. Samenwerkingen tussen kunst en economie worden in beide werelden nog als 'kunst in de marge' of 'niet effectiviteitsgenererend' beschouwd. Aan de oorsprong van deze reactie ligt de eenzijdige focus op de materialiteit van het kunstwerk of op het bedrijfsproduct. Terwijl het ontwikkelingsproces van creatie, van innovatie en de immateriële rol van de mens in het geheel evenveel aandacht verdienen.

Arteconomy verschuift de focus naar de verbindingen tussen mensen: de kunstenaar, de ondernemer en de medewerker. In het formuleren van die verhoudingen komen ontwikkeling, partnership, cocreatie, transpositie, engagement, esthetisch intelligent leiderschap, competenties, vaardigheden, kennis, houdingen, het immateriële kunstwerk en het prototype voorop te staan. Die opsomming lijkt indrukwekkend, maar het uitgangspunt is eenvoudig. Waar relaties voorop staan, kan het materiële kunstwerk of het bedrijfsmatige eindproduct volgen en naar analogie met het prototype, het potentieel van zijn innovatieve kracht behouden.

Arteconomy is een voedingsbodem voor innovatie en creativiteit, zowel voor kunstenaars als voor bedrijven. Het is een labo met openheid voor het proces en richt zich niet uitsluitend op materieel resultaat.

De missie

Arteconomy zoekt naar verbindingen tussen kunst en economie en naar de betekenis ervan. Arteconomy beoogt dat de te maken verbindingen exemplarisch kunnen zijn voor andere verbindingen.

Deze missie is het uitgangspunt voor alles wat Arteconomy onderneemt. Het is een visie op samenwerken vanuit een evenwichtig partnership tussen mensen (verbindingen genoemd). Met die visie bekijkt Arteconomy de relatie tussen kunst en economie.

Internationaal gezien vertrekken gelijkaardige organisaties meestal vanuit een van beide realiteiten; ofwel vanuit de kunstwereld ofwel vanuit de economie. De benadering van Arteconomy leidt naar eigen inzicht minder snel tot het instrumentaliseren van kunst of economie. Het uitgangspunt en het mikpunt zijn essentieel verschillend. In de projecten bemiddeld door Arteconomy gaat de kunstenaar geen resultaatsverbintenis met het bedrijf aan – ook al worden soms concrete bedrijfsproducten of kunstwerken geproduceerd. De aanwezigheid van de kunstenaar in het bedrijf brengt een onderhandelingsproces (lees transformatieproces) op gang. Hij is geen consultant maar een katalysator en tussenpersoon. Omgekeerd kan het bedrijf een nieuwe dynamiek geven aan de kunstenaar.

Juist vanuit het model van verbinding, van open en mensgerichte innovatie, ontstaat een nieuwe denkwereld met een absolute meerwaarde voor alle betrokkenen, ook voor Arteconomy zelf. Alle partners verrijken hun kennis en vaardigheden, ontwikkelen competenties, attitudes, hun persoonlijkheid en hun wereldbeeld.

De *match* kunstenaar-bedrijfscultuur is bepalend voor het verloop en het resultaat van een samenwerkingsproject. De persoonlijkheid van de kunstenaar en zijn inhoudelijk concept vormen een belangrijke sleutel tot het resultaat van de verandering. Een even doorslaggevende factor is het motiverende leiderschap van de ondernemer tov het project om daarenboven in zijn bedrijf een verbinding van top naar bodem en omgekeerd te ontplooiën.

Op een exemplarische manier kan deze relatie model staan voor een maatschappij waarin creativiteit en mensgerichte innovatie het verschil maken.

Bij elk nieuw project wordt een samenwerking op gang gebracht die ofwel de implementatie betekent van een bestaande format, ofwel de introductie van een volledig nieuw gegeven. Achteraf blijkt dan vaak dat binnen het basisgegeven van een samenwerking een nieuwe module is ontstaan.

Uit de gerealiseerde projecten zijn tot nu toe vier formats naar voren gekomen.

Researchprojecten

De samenwerking op lange termijn tussen een bedrijf en een kunstenaar bewerkstelligt persoonlijke ontwikkeling bij de kunstenaar, de ondernemer en de medewerker van het bedrijf. Het laat de kunstenaar toe om zijn technische research uit te breiden en zijn vaardigheid te vergroten. De productiemogelijkheden zijn uiteraard groter in een bedrijf dan in een eigen atelier. De kunstenaar kan een beroep doen op de vakbekwaamheid van de bedrijfmedewerkers.

Bovendien wordt elk project voor het bedrijf een onderzoek naar de manier waarop een prototype wordt benaderd, vanuit het specifieke proces dat men doorloopt.

Cocreatie-ateliers

De ateliers vormen een korte module waarin drie of vier kunstenaars en evenveel ondernemers elkaar ontmoeten gedurende vier namiddagen. De onderliggende vraag is of op basis van gemeenschappelijke uitdagingen kan samengewerkt worden.

De ateliers vormen een ruimte voor ontmoeting, ook tussen collega-kunstenaars en collega-ondernemers. De strakke format en de sterke begeleiding stimuleren de deelnemers tot een zekere mate van efficiëntie binnen het experimentele karakter van de ateliers.

Workshops

In de workshops *Creatie in het economisch netwerk* stellen kunstenaars een te realiseren idee voor. Vanuit de expertise van Arteconomy wordt bekeken welke partners uit de economische

wereld hen daarbij op weg kunnen helpen. Door de concrete aard van de workshops worden projecten realistischer en realiseerbaar en blijven ze niet in het ijle zweven. De deelnemers ontdekken nieuwe contacten en mogelijkheden tot samenwerking. De kunstenaars stellen de grote openheid van de workshops op prijs en vinden er een klankbord dat het geloof in hun creatie doet groeien.

Kunst als tool in het bedrijf

Onder deze noemer vatten we de variabele manieren samen waarop men kunst in een bedrijf kan introduceren. Met de woorden van Lotte Darsø¹ is kunst inzetbaar als decor, als evenement, als instrument en als veranderingstraject. Kunst kan in alle geledingen van een bedrijf een rol spelen: van research & development tot human resources, van marketing en productie tot communicatie. Arteconomy schuwt geen van deze benaderingen, maar beoogt wel dat kunst in een bedrijf iets in beweging zet en tot nieuwe concepten leidt.

ARTECONOMY ALS PROCESCOACH

De rol van Arteconomy

Arteconomy is een permanente bemiddelaar, adviseur en procescoach. De organisatie verwijst door en betreft deskundigen bij specifieke uitdagingen. Daarbij hanteert ze een onderzoekende ingesteldheid bij elk nieuw project, ervan uitgaand dat een combinatie van verbinden en ontbinden tot innovatie leidt. Als intermediair tussen kunst- en bedrijfswereld is haar neutraliteit essentieel. Arteconomy fungeert als een van de mogelijke modellen die een verbinding tussen economie en kunst kunnen bewerkstelligen, maar de visie van de procescoach op de samenwerking tussen kunst en economie is bepalend voor het resultaat ervan.

1. Lotte Darsø is de auteur van talrijke papers en artikels over creativiteit, innovatie en Arts-in-Business.

Stapstenen in het proces

1. *Het doel* bij aanzet van het project is richtinggevend maar hoeft niet noodzakelijk het einddoel te zijn. De wijzigende context, de middelen en het proces zelf zullen het eindresultaat mee bepalen. Een project dat concreet is bij opstart, werkt beter. Dat leert de ervaring.
2. Er is geen resultaatsverbintenis. Het engagement zit meer in de ontwikkeling van een *prototype* dan een afgewerkt en markt-klaar eindresultaat. Een prototype is een halte, een nieuwe vorm waarin de actuele kennis en vaardigheid accumuleert, maar geen eindpunt. De toekomst houdt nieuwe mogelijkheden in voor verdere ontwikkeling van het prototype.
3. Arteconomy maakt een *onderscheid* tussen het *relationele aspect* en het *inhoudelijke* – hoewel beide van belang zijn – in een samenwerking. Het relationele aspect bepaalt het potentieel en de termijn van het project. Het beoogt zo dat de opgenomen verantwoordelijkheid verder gaat dan de samenwerking op zich.
4. Bijgevolg richt Arteconomy de *interne communicatie op het metaniveau*, niet op het niveau van het product. De notie van de expert staat niet voorop. De kunstenaar, ondernemer en medewerker ontmoeten elkaar als mensen in hun denkwijze en/of in wat hun ziel raakt. Zo zal men het gemeenschappelijke ontdekken en kan diversiteit groeien tot een uitdaging of opportuniteit voor beiden.
5. *Mislukken* wil Arteconomy ombuigen naar *leren en durven ontbinden* om tot een betere verbinding te komen. Verandering en innovatie zijn het resultaat van soepele verbinding en ontbinding. Weerstand wordt omgebogen tot *vertrouwen* door herhaling en transpositie – zich verplaatsen in dat waar de andere partner voor staat – te stimuleren.
6. *Transpositie* wordt mogelijk gemaakt door een kader voor en van beide werelden te scheppen. Zo kan ieder in zijn biotoop van eigen normen en waarden begrepen worden en ontstaan nieuwe en andere grenzen die een samenwerking toelaten. Op sommige momenten is er dan geen onderscheid meer tussen de ondernemer en de kunstenaar, lijken de gelijkenissen groter dan de verschillen.

7. *Projecten opvolgen* is noodzakelijk om het resultaat ervan te verhogen en een vaste basis te geven aan de samenwerking in het bedrijf, aan de organisatie of bij het individu.

ARTECONOMY ALS MEERWAARDE

De introductie van kunstprojecten in een onderneming is een uitstekend draagvlak voor het stimuleren van creativiteit en innovatie. Het houdt het bedrijf een spiegel voor en scherpt de ondernemerszin aan. De kunstenaar wordt geconfronteerd met een realiteit waar hij anders geen toegang tot heeft. Een nieuwe, productieve denkwereld ontstaat waar zowel de kunstenaar, de ondernemer als de medewerkers in betrokken zijn. Het gaat immers om een partnerschap, een reële verbinding die tot cocreatie leidt, een volwaardig tweerichtingsverkeer tussen kunstenaars en bedrijven.

Vruchtbare confrontatie

Door het rechtstreekse contact tussen kunstenaars, ondernemers en werknemers worden misverstanden en vooroordelen kleiner. De confrontatie met een andere leefwereld is bijzonder leerrijk. Veel medewerkers beschouwen het contact met de kunstenaar als cruciaal in het project. Kunstenaars op hun beurt worden geconfronteerd met de realiteit van de werkvloer. Ze ontdekken nieuwe (technische) mogelijkheden en kunnen hun ambities herdefiniëren. Aan de basis van dit potentieel liggen vertrouwen en wederzijds respect voor elkaars werk.

Open communicatie

Tijdens de samenwerking is open communicatie tussen alle partners cruciaal. Kunstenaars en ondernemers communiceren anders. Ze gaan op verschillende manieren met conflicten en problemen om. Sommige kunstenaars vinden het zelfs gemakkelijker om in het bedrijfsleven te communiceren dan in de kunstwereld. Daar ervaren ze meer evenwaardigheid tussen de deelnemers die zich vrij vlot kunnen inleven in de denkwereld van de anderen. Zowel in de communicatie tussen alle betrokken deelnemers als in de externe communicatie is een goed evenwicht essentieel.

Persoonlijke ontwikkeling

De kunstenaar verruimt zijn kennis van een sociaal-economische omgeving. Hij ontwikkelt een houding daartegenover, naast meer technische vaardigheden of competenties.

Voor de mensen in het bedrijf zijn projecten een concrete toegangspoort naar de ontwikkeling van een creatieve attitude. Er ontstaat openheid voor de visies van anderen. Werknemers ontdekken verborgen kwaliteiten bij zichzelf en bij collega's. Hoewel de groepsdynamiek essentieel is, vraagt creativiteit ook ruimte voor het individu. Deze kunstprojecten zijn een emotionele ervaring, ze hebben betrekking op een totale relatie en niet enkel op 'data'. Het onmiddellijke effect is niet altijd direct meetbaar maar een nieuwe, menselijke dimensie krijgt een reële groeikans.

Artistieke vrijheid en competentie

De studies van Vlerick en het Ivok (Instituut voor onderzoek in de kunsten, K.U.-Leuven) zijn formeel: in de projecten van Arteconomy bewaart de kunstenaar zijn artistieke vrijheid. Hij kan met andere woorden kunstenaar blijven. De kunstenaar zet aan tot interactie tussen de mensen met wie hij een proces op gang brengt. Hij functioneert puur als katalysator en tussenpersoon. De interactie ontstaat vanuit zijn specifieke competentie als kunstenaar. Dat houdt in: een andere invalshoek, inzicht in het verloop van het proces, competentie in het omgaan met creatieve leegte, het niet marktgericht denken waardoor hij dieper ingaat op de gestelde problematiek, *out of the box* denken. Met zijn 'gewone werktuigen' kan hij een transformatieproces in een bedrijf op gang te brengen. Werktuigen zijn bijvoorbeeld een kritische houding, intuïtie, verbeelding en beelddenken, zintuiglijkheid zonder dwang tot rationalisering of verantwoording ten aanzien van de economische context.

De visie en intentie van de betrokken partners op elkaar afstemmen, is doorslaggevend voor het bewaren van de eigenheid van de partners.

Motiverend leiderschap

De voelbare betrokkenheid en de houding van de ondernemer zijn bepalend voor het verloop van het samenwerkingsproces. Hij moet het project op alle vlakken de nodige ruimte en vrijheid geven. Deze

openheid zet de ondernemer aan tot reflectie. Hij denkt na over zijn verantwoordelijkheid in het bedrijf en in de samenleving als geheel. Dat geeft hij op zijn beurt door aan zijn medewerkers wat hen helpt om hun eigen rol in een ruimere context te plaatsen. Ondernemers gaan tijdens of na het project op een andere manier met hun medewerkers om. In tijden van crisis geeft hen dat een bredere basis om problemen positief aan te pakken en meer een coach voor hun werknemers te zijn.²

Concept, creatief proces en tijd

De kunstenaar kan met zijn eigen concept naar een bedrijf stappen of een concept wordt in samenwerking met de ondernemer en de medewerkers ontwikkeld. De complexiteit van het concept en het doorlopen van dat realisatieproces maken dat het idee van concept tot eindresultaat zeer bewust beleefd wordt door de groep van betrokken mensen. Het doorbreekt vanzelfsprekendheid. Maar anderzijds worden medewerkers zich bewust van het creatieve proces op zich, gespiegeld aan dat van de kunstenaar. Een kunstenaar formuleerde het zo: "Mijn persoonlijk conceptueel denkproces verloopt niet anders dan dit proces."

De integratie van het proces vergt de nodige tijd. De confrontatie met de tijdbeleving van de kunstenaar zet aan tot reflectie over het omgaan met tijd in het bedrijf. In de samenwerking met een kunstenaar moet men tijd nemen en geven, geduld oefenen, het proces zijn werk laten doen. Men mag die tijd niet beperken in functie van een resultaat op korte termijn. Maar ook omgekeerd zet het de kunstenaar aan tot nadenken over 'zijn vrijheid' en gaat hij reflecteren over de dwingendheid van tijd in de bedrijfswereld.

2. Voor het profiel van leiderschap verwijzen we graag naar *Esthetisch intelligent leiderschap* van Caroline van der Linden. Ze beschrijft daarin een leider die vertrekt vanuit partnerschap en systeemdenken en die een spannende balans zoekt tussen intuïtie en ratio, autonomie en verbinding, luisteren en autoriteit, lef en bescheidenheid. Hij onderzoekt en ontwikkelt, staat open voor andere denkbeelden en is niet bang om een eigen visie te ventileren. Hij is een wereldburger.

Beperkingen en verantwoordelijkheid

Beperkt zijn in tijd, budget, ruimte en medewerking leiden in het bedrijfsleven en in de kunstwereld tot het besef dat meedenken en een eigen inbreng extreem belangrijk zijn. Meer dan vroeger stellen werknemers situaties in vraag en zoeken ze zelf naar oplossingen voor problemen. Ook kunstenaars realiseren zich dat het bedrijfsleven beperkingen inhoudt. De reële economie en de situatie van de werknemers, ruimtelijke en financiële grenzen laten niet altijd veel marge voor spontane creativiteit. De uitdaging bestaat erin deze beperkingen op een verantwoorde manier in het project te integreren. Frustratie leidt soms tot conflicten binnen de projectgroep. Als die positief wordt omgebogen, mondt ze uit in de vraag naar meer inzicht en verantwoordelijkheid. Onzekerheid en twijfel vormen in dat opzicht een voedingsbodem om beslissingen te nemen en creatief verder te gaan.

De creatie/productie van producten/kunstwerken

Kunstenaars kunnen bij bedrijven terecht voor het technologische onderzoek rond hun kunstwerken of voor het produceren ervan. Via cocreatie ontstaan concepten van nieuwe kunstwerken/bedrijfsproducten of worden grondige verbeteringen aan bestaande concepten aangebracht.

Start-ups

De alchemie van kunst en economie leidt tot nieuwe *start-ups*. Uit de jarenlange samenwerking van Constructies Espeel met tal van kunstenaars ontstond niet alleen Arteconomy vzw maar ook het bedrijf Essential NV, een vennootschap tussen de kunstenaar Hans De Pelsmaeker en Constructies Espeel.

In het boek *Walk with me* over de samenwerking van Constructies Espeel met kunstenaars staat hierover meer.

Arteconomy operationeel

Na zeven jaar sluit Arteconomy een pioniersperiode af. In die tijd werden verschillende activiteiten ondernomen en uitgebouwd die een sterke conceptontwikkeling bevorderd hebben. We schetsen het verloop van deze ontwikkeling aan de hand van de verschillende soorten van activiteiten:

- het formuleren van de missie en de strategische doelstellingen
- sensibiliseren en maatschappelijk effect
- adviseren
- het opzetten van pionierende researchprojecten
- studie en onderzoek

HET FORMULEREN VAN DE MISSIE EN DE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

Missie

- **Arteconomy zoekt naar verbindingen tussen kunst en economie en naar de betekenis ervan.**
- **Arteconomy beoogt dat de te maken verbindingen exemplarisch kunnen zijn voor andere verbindingen.**

Strategische doelstellingen

Arteconomy:

- **Stimuleert en creëert nieuwe verbindingen tussen kunst en economie, vertrekkend vanuit een kwaliteitsengagement, en streeft een evenwichtig partnershipmodel na.**
- **Biedt ruimte tot ontmoeting en ontwikkeling van de kunstenaar, de ondernemer en de medewerker als mens in zijn competenties, vaardigheden, kennis en houding.**
- **Beoogt een langetermijnwerking.**
- **Focust zowel op het proces als op het eindresultaat.**
- **Beoogt een wisselwerking tussen experiment en reflectie.**
- **Wil zich als organisatie blijven ontwikkelen.**



SENSIBILISEREN EN MAATSCHAPPELIJK EFFECT

Het seminarie *Kunst en economie: wij zien geen verschil* was Arteconomy's eerste sensibiliseringsactie (2004–2005). Een doelgroep van vijftig ondernemers kwam tijdens acht avonden samen met kunstkenner, filosofen en sociologen voor een diepgaande themadiscussie. Binnen deze groep van ondernemers groeiden de pioniersprojecten. Daar ontstond ook het concept voor het boek *Kunstenaars en ondernemers: een nieuwe relatie* waaraan auteur Marc Ruyters samen met de ondernemers werkte. Het boek werd genomineerd op de shortlist *Boek van het jaar* (2007) van de Nederlandse organisatie OOA (Orde van Organisatiedeskundigen en Adviseurs).

Doorheen de jaren heeft Arteconomy haar sensibiliserende rol heel gevarieerd opgenomen via lezingen, door het lidmaatschap van adviesraden en van raden van bestuur, door individuele contacten, in rondetafelgesprekken, op de website, tijdens projectdagen, door de publicatie van boeken en de resultaten van studie en onderzoek.

Arteconomy legde belangrijke contacten in het domein van cultuur, economie, onderwijs en politiek. Deze behoren in gelijke mate tot het werkterrein. Organisaties als Voka, Unizo, Innovatiecentra, Flanders DC, Flanders InShape, bedrijven, toonaangevende steunpunten (BAM, Kunstenloket, NICC en Nucleo)

en kunstencentra en musea (M HKA, S.M.A.K., Buda), banken en beroepsverenigingen hebben intussen met Arteconomy kennis gemaakt.

Op politiek niveau probeert Arteconomy een samenwerking tussen de ministeries van Cultuur, Economie en Innovatie te bepleiten. Tegelijk spoort Arteconomy lokale, regionale en nationale politici aan om het concept van mensgerichte innovatie waar mogelijk op de agenda te plaatsen. Er is nog werk aan de winkel maar de interesse groeit.

Omdat onderwijs een richtinggevende factor is in de maatschappij, is Arteconomy ook in deze sector aanwezig door studies en onderzoek te laten uitvoeren, zoals bij Vlerick Management School, UGent en het Ivok (Associatie KULeuven). Met de Hogeschool West-Vlaanderen vindt eveneens een boeiende interactie plaats. Een vertegenwoordiger van Arteconomy zetelt regelmatig als jurylid in examencommissies, zoals in La Cambre en diverse scholenassociaties.

ADVISEREN

Er is nood aan advies voor en begeleiding van individuele kunstenaars en bedrijven. Dat werd duidelijk tijdens de adviesessies die Arteconomy in 2007 samen met BAM organiseerde.

Als adviseur voor het bedrijf Lhoist ontwikkelde Arteconomy strategieën om de bedrijfscollectie aan te wenden als basis voor de ontwikkeling van sociale en economische processen in de maatschappij.

STUDIE EN ONDERZOEK

Kunstbedrijf/Bedrijfskunst

Bij de start van Arteconomy werd aan de Universiteit Gent de opdracht gegeven voor een *Sociologische gevalstudie over het samenwerkingsverband tussen Constructies Espeel en kunstenaars*. Die voerde het onderzoek uit binnen de vakgroep sociologie, onder leiding van Prof. Dr. Johny Vincke. Daarin waren vooral

de effecten van samenwerking met kunstenaars op de medewerkers het onderwerp van studie.

Enkele conclusies:

- De organisatiecultuur is bepalend voor de samenwerking met kunstenaars.
- De introductie van kunstprojecten is een uitstekend draagvlak voor het stimuleren van creativiteit en innovatie in een onderneming.
- Het introduceren van kunst is een meerwaarde voor het bedrijf en de medewerkers:
- De medewerker beseft dat de kunstenaar hem nodig heeft, wat leidt tot betrokkenheid, motivatie en afwisseling.
- Er is een uitwisseling van wereldbeelden waardoor meer openheid ontstaat.
- De vanzelfsprekendheid van het vakmanschap van de werknemer wordt doorbroken.
- Positieve aandacht in de media genereert fierheid over bedrijf.
- Het contact met de kunstenaar is het belangrijkste: “Het is de kunstenaar, niet de kunst of het kunstwerk”.

Case Arteconomy – een brug slaan tussen kunst en ondernemerschap: Vlaamse ondernemers stimuleren creativiteit en innovatie via kunst

Vlerick Management School Leuven Gent voerde het onderzoek uit in samenwerking met Flanders DC. De auteurs waren Herman Van den Broeck, Eva Cools en Tine Maenhout. De resultaten van de studie werden opgenomen in de novembereditie 2008 van het *Journal of Management & Organization Australia & New Zealand*.

Enkele conclusies:

- Samenwerken met kunstenaars is een rode loper naar creativiteit.
- Vanzelfsprekendheid doorbreken betekent nieuwe interpretaties ontdekken.
- Een emotionele ervaring door het samenwerken aan een kunstwerk kan perfect dienen als boodschapdrager.
- Verborgten talenten ontdekken, beter met elkaar omgaan, een echt team vormen.

- Meerwaarde zit in de wisselwerking, in het evenwichtig partnershipmodel.
- Het hele proces achter het kunstwerk wordt nu als proces-katalysator voor verandering binnen het bedrijf aangewend.
- Arteconomy is een procescoach met een unieke aanpak.
- De kunstenaar functioneert puur als katalysator en tussenpersoon.

De kunstenaar in het bedrijf

Deze studie schetst de rol van de kunstenaars in de verschillende projecten van Arteconomy. De studie zoekt naar interessante aspecten voor de kunstenaar bij het aangaan van een relatie met de economische wereld, naar de ideale combinatie van kunstenaar en bedrijf, naar een onderzoeksveld met mogelijke win-win situaties voor beiden. Auteur: Yves Knockaert, Instituut voor Onderzoek in de Kunsten, Werkgroep Art Research Economy

Enkele conclusies:

- De kunstenaar is geen consultant in het bedrijf.
- Samenwerken met de economie is een opportuniteit voor de kunstenaar om zichzelf en zijn creatief proces verder te ontwikkelen.
- Vanuit zijn zoektocht naar het nieuwe kan de uitdaging en de confrontatie met de onbekende economische wereld de kunstenaar aantrekken om te experimenteren.

HET OPZETTEN VAN INNOVERENDE RESEARCHPROJECTEN

Arteconomy is een labo voor experiment en ontwikkeling. De projecten van Arteconomy zijn essentieel gebleken om de eigen visie en theorie te toetsen aan de realiteit. Ook op academisch niveau bleken ze een concreet middel voor research en wetenschappelijke studies. In Vlaanderen zijn het tot nu toe de enige beschikbare bronnen. De projecten worden verder in dit hoofdstuk toegelicht.

Enkele basisprincipes

- De uitnodiging kan komen van een bedrijf, een organisatie of een kunstenaar.
- Arteconomy zoekt een passende partner. De belangrijkste elementen bij de keuze van de partner zijn de openheid om in een experiment te stappen en de intentie van beiden om elkaar als mens te ontmoeten.
- Bij aanvang worden financiële afspraken gemaakt tussen de partners.
- Openheid, respect en generositeit van alle deelnemers ten opzichte van elkaar zijn noodzakelijk.
- Er zijn zowel lange- als kortetermijnprojecten.

De projecten van Arteconomy richten zich op economische, sociale en artistieke innovatie:

Tussen bedrijven en kunstenaars:

- *Glass Works*. Kris Vleeschouwer – Siemens
- *Domotic.Lab*. Domotic.Lounge – Sophie De Somere
- *De Wandeling*. Concordia Textiles – Michaël Aerts
- *De Draak van Deerlijk*. Promo Fashion – Els Opsomer
- *Opdracht voor een bedrijfsruimte*. VdS Weaving – Sarah & Charles
- *Walk with me*. Constructies Espeel werkte 20 jaar samen met kunstenaars
- Cocreatie-ateliers:
 - *Atelier 36* – multimedia ism KC Buda
 - *Atelier 64* – interfaces ism plugMedia

Tussen sociale instellingen, organisaties en kunstenaars:

- *400 Blows / De Walhoeve* – Anouk De Clercq
- *Water and concrete solutions* – project Lieven Paelinck – NGO Protos en UAB
- Sint-Lucas Architectuur en Siemens

In een ruimere maatschappelijke context:
Deze projecten werken sensibiliserend op een brede schaal binnen een streek, een bedrijvenpark, een stad, een scholengemeenschap. De samenwerking kunstenaar – ondernemer – medewerker – bevolking wordt er als hefboom voor ontwikkeling gebruikt.

- Regio-ontwikkeling Rupelstreek. Provincie Antwerpen – verschillende kunstenaars
- Gerechtsgebouw Kortrijk. LVDa advocatenkantoor – Pieter Vermeersch
- *Translucent Futures* – Angelo Vermeulen – LVDa advocatenkantoor
- Workshop *Creatie in het economisch netwerk* ism BAM

DE PROJECTEN VAN ARTECONOMY

STRUCTUURPLAN RUPELSTREEK 2020

INITIATIEFNEMER: *Provincie Antwerpen met Samenwerkingsverband Rupelstreek. Een streekontwikkelingsproject in samenwerking met het bedrijvenpark Hoek 76.*

KUNSTENAARS: *Katrin Dekoninck, Luc De Backer, F.Man, Kris Vleeschouwer*

DUUR: *gestart in 2008*

UITGANGSPUNT

De strategische doelstellingen van dit project zijn:

1. Het versterken van de historische en natuurlijke samenhang van de vijf Rupelgemeenten voor alle aspecten die wonen, werken en recreatie aanbelangen.
2. Het versterken van de eigen specifieke streekidentiteit met als doel de uitstraling van de Rupelstreek te verbeteren als een toegankelijke, toekomstgerichte en innovatieve regio.
3. Het inzetten van een uniek partnership kunstenaar-ondernemer als hefboom om de reconversie van de Rupelstreek tot een toegankelijke, toekomstgerichte en innovatieve regio uit te werken en te realiseren.

CONCRETE STAPPEN

1. Visieontwikkeling in de denktank
Een ander imago voor de Rupelstreek
Onder de begeleiding van Arteconomy namen zowel ondernemers, politici en ook kunstenaars als Kris Vleeschouwer en Luc De Backer hieraan deel. De denktank formu-

leerde voorstellen omtrent de missie, de doelstellingen en de concrete aanpak voor het Rupelplan.

2. Kunstproject Hoek 76
Naar aanleiding van de cultuurbiënnale VUUR!WERK nodigde het bedrijvenpark Hoek 76 drie kunstenaars uit, nl. F.Man, Luc De Backer en Katrin Dekoninck. Zij werkten een concept uit om het imago en de visibiliteit van het bedrijvenpark en de streek te vergroten. (www.vuurwerk2009.be)
3. Het kunstproject SPEAK van kunstenaar Katrin Dekoninck en het bedrijf Ampco Flashlight in Hoek 76. SPEAK is een multimediale kunstinstallatie in de Rupelstreek. De schouwen van de oude steenbakkerij worden bekleed met een digitaal schrijf-, teken- en beeldbord. In de virtuele ruimte van de woonkamer kan de internetgebruiker thuis via de schouwen communiceren met speakers verdeeld over verschillende Belgische steden en ook met andere internetgebruikers. De kunstenaar illustreert hiermee het samengaan van historische nijverheid, erfgoed, hedendaagse kunst, technologie en economie.

PARTNERS

Provincie Antwerpen (www.provant.be)
Samenwerkingsverband Rupelstreek
Bedrijvenpark Hoek 76 (www.hoek76.be)

BEELDENDE KUNSTENAARS: Katrin Dekoninck, Luc De Backer, F.man, Kris Vleeschouwer (www.katrin-dekoninck.com, www.lucdebacker.com, www.fman.be, www.anniegentilgallery.com)



VUUR!WERK, Katrin Dekoninck, SPEAK

400 BLOWS

INITIATIEFNEMER: *De Walhoeve* vzw
DIRECTEUR: *Bernard Velghe*
KUNSTENAAR: *Anouk De Clercq*
DUUR: *2 jaar*
IN SAMENWERKING MET:
Auguste Orts vzw

UITGANGSPUNT

De Walhoeve vzw vroeg aan kunstenaar Anouk De Clercq om de meerwaarde van hun dienstverlening in beeld te brengen. Het eindresultaat moest een kunstwerk worden dat als katalysator kan worden ingezet, enerzijds voor de bespreekbaarheid van het thema en anderzijds voor de integratie van jongeren uit de Bijzondere Jeugdzorg in de maatschappij.

400 BLOWS

Vijftig jaar geleden maakte François Truffaut de film *Les 400 Coups*. Anouk De Clercq formuleert een hedendaags antwoord op de film, binnen de context van De Walhoeve. Het volledige kunstwerk bestaat uit een video, een reeks fotogrammen en een bijhorend werkschrift. De video vertolkt de vooropgestelde thematiek niet letterlijk maar via de emotie en beweging van een scène waarin een jongen door het prachtige landschap van de Moeren in de richting van de zee loopt.

Het kunstwerk is het resultaat van een samenwerking tussen de kunstenaar, de jongeren, de begeleiders, ... in een sociaaldemocratische coöperatieve.

De uiteindelijke vorm en inhoud van het werkschrift groeiden spontaan tijdens de creatie van het kunstwerk. Het werkschrift is een schetsboek met aantekeningen, foto's en reacties van de jongeren, van de kunstenaar en van de begeleiders. Het wordt verder uitgewerkt in een publicatie en vormt op die manier, naast de video, een bijkomend middel voor verspreiding.

PARTNERS

De Walhoeve vzw
De Walhoeve vzw is actief in de Bijzondere Jeugdzorg. Het leidt een begeleidingstehuis in West-Vleteren en dagcentra in Ieper en Veurne voor de begeleiding en behandeling van jongeren met gedrags- en emotionele problemen.
www.dewalhoeve.be

Anouk De Clercq
Beeldend kunstenaar
www.portapak.be



Anouk De Clercq, *400 Blows*

GLASS WORKS

INITIATIEFNEMER:

Kris Vleeschouwer, kunstenaar

BEDRIJF: Siemens

DIRECTEUR: *Philip Maertens*

DUUR: 1 jaar

Kris Vleeschouwer ontving voor dit kunstwerk de Prijs Paleis voor Schone Kunsten. Bovendien droeg het project bij tot zijn internationale doorbraak.

PARTNERS

Siemens Automation and Drives
Producent van geïntegreerde producten en systemen voor de implementatie van klantspecifieke automatiseringsoplossingen.
w1.siemens.com

Kris Vleeschouwer
Beeldend kunstenaar
www.anniegentilsgallery.com

UITGANGSPUNT

Kunstenaar Kris Vleeschouwer zocht de hulp van een bedrijf om de nodige technologie te ontwikkelen voor een monumentaal kunstwerk voor de tentoonstelling Prijs Jonge Belgische Schilderkunst 2005. Door deze samenwerking versterkte Siemens zijn profiel als innovatief bedrijf en engageerde het zich in een ruimere maatschappelijke context. Siemens trad niet op als sponsor van de kunstenaar maar als facilitator.

GLASS WORKS

Het kunstwerk *Glass Works* kwam tot stand door de vruchtbare samenwerking tussen de kunstenaar, die optrad als projectleider binnen het team van ingenieurs en productontwikkelaars van Siemens, en nog vier andere bedrijven. Het project werkte motiverend bij de betrokken medewerkers en bevorderde de creativiteit en het probleemoplossend denken. Ze leerden omgaan met de non-paper-manier van werken. Ze gingen van start met 2 A4'tjes en niet met een vuistdik lastenboek zoals dat gewoonlijk gebeurt. De realisatie was een technologisch hoogstandje dat uitgebreide aandacht kreeg, zowel extern (pers) als intern.



Kris Vleeschouwer, *Glass Works*



DOMOTIC.LAB

INITIATIEFNEMER:

Domotic.Lounge / Elektromat

ONDERNEMER:

Stef Vande Meulebroucke

KUNSTENAARS:

Sophie De Somere (concept)

Michelle Adriaense (actrice)

DUUR: 1 jaar

*In samenwerking met Kunsten-
centrum Buda*

UITGANGSPUNT

Domotic.Lounge vroeg aan one-to-one theatermaakster Sophie De Somere om haar artistieke ervaring aan te wenden om een performance of een installatie te maken die de bezoeker en de toeschouwer de domotica-technologie op een speelse, maar toch persoonlijke en bewuste manier laten beleven. Het artistiek onderzoek van de kunstenaar richt zich naar ruimtelijke ervaring, manipulatie en zintuiglijkheid. Het resultaat moest emoties opwekken: tegelijk ontluisteren, ontgoochelen, verrassen en hoop geven.

DOMOTIC.LAB

Een deur opent en sluit zich. De bezoeker wordt geconfronteerd met een bejaarde vrouw in haar eigen biotoop. De signalen die men krijgt zijn tegengesteld aan die van de commerciële domoticawereld buiten. De gasten lijken ongevraagd iemands intieme wereld binnen te dringen. En terwijl ze daar verblijven worden ze geconfronteerd, onderhuids, tussen

de plooiën van de performance met ... domotica. Domotic.Lab toónt geen domotica, maar gebruikt ze discreet, op een verrassende en functionele manier.

Domotic.Lab beleefde zijn première in mei 2007 op de beurs Architect@work in Kortrijk Xpo. Het stond vervolgens in het museum 1302 tijdens Kortrijk Congé in juli 2007, op Classics in Kortrijk in november 2007 en op Trends in Wonen in de Skyhall van de luchthaven van Zaventem. Achteraf werd de ruimte gebruikt voor experimenteel theater van de kunstenaar.

PARTNERS

Domotic.Lounge
Distributeur en integrator van domotica, specialist in KNX, de huidige Europese standaard in domotica.
www.domotic-lounge.be

Sophie De Somere
Theatermaakster bij het theatercollectief Ontroerend Goed
www.ontroerendgoed.be

Michelle Adriaense
Beeldend kunstenaar
www.spoor13.be



Sophie De Somere en Michelle Adriaense, *Domotic.Lab*



DE WANDELING

INITIATIEFNEMER:

Concordia Textiles NV

ONDERNEMERS:

Manu en Patric Tuytens

KUNSTENAAR: *Michaël Aerts*

DUUR: 1 jaar

tieve, professionele, recreatieve en militaire toepassingen.

www.concordiatextiles.com

Michaël Aerts

Beeldend kunstenaar

www.michaelaerts.com

UITGANGSPUNT

Concordia Textiles wou via het kunstproject de flexibiliteit van zijn medewerkers stimuleren, hen meer toekomstgericht leren denken om in te spelen op de veranderlijke markt. Het einddoel moest vooral een persoonlijke verrijking zijn, veeleer dan een concreet statement of kunstwerk.

DE WANDELING

Michaël Aerts nam een groep medewerkers van het bedrijf mee op een mentale en fysieke wandeling doorheen zijn creatief proces. Ze ontmoetten elkaar gedurende een tiental sessies gespreid over ongeveer een jaar. Het participeren in een creatief proces gaf een sterke stimulans aan het creatieve denken en bevorderde de onderlinge communicatie.

De medewerkers bouwden drie modules die de drie thema's Rust, Onrust en Verandering voorstellen, als een synthese van hun sessies met de kunstenaar.

PARTNERS

Concordia Textiles NV

Producent van hoogwaardig synthetisch textiel voor industriële, decora-



Michaël Aerts, *De wandeling*



DE DRAAK VAN DEERLIJK

INITIATIEFNEMER: *Promo Fashion*
ONDERNEMER: *Michel Delfosse*
KUNSTENAAR: *Els Opsomer*
DUUR: 1,5 jaar

in de inkomhal van het indrukwekkende bedrijfsgebouw waar hedendaagse kunst een prominente plaats inneemt.

UITGANGSPUNT

Men wou de medewerkers confronteren met de visie van de kunstenaar over mode. Via verbale en non-verbale communicatie tussen de kunstenaar en de betrokkenen streefde men naar een visieverruiming: een leerproces naar meer openheid en begrip voor verschillende percepties. Hierdoor kunnen de medewerkers hun eigen persoonlijkheid verder ontwikkelen, wat rechtstreeks of onrechtstreeks een invloed zou hebben op hun dagelijks werk in het bedrijf.

DE DRAAK VAN DEERLIJK

Een groep medewerkers maakte samen met de kunstenaar een creatie met bedrijfsproducten. De kunstenaar en de creatie van de 'draak' fungeren als interactiemiddel om een nieuw denkpatroon over de mens en de maatschappij op gang te brengen, wat dan weer leidt tot zelfontplooiing en verrijking bij de werknemers.

Terwijl de kunstenaar de draak eerder als idee, als symbool vooropstelde, zagen de medewerkers het als een product. Ze hebben dan ook een echte draak gecreëerd met stoffen, kledingstukken en andere bedrijfsproducten. De draak staat

PARTNERS

Promo Fashion
Producent van kleding voor dames, heren en kinderen met een winkelen van zestig vestigingen in Vlaanderen en Wallonië.
www.promofashion.be

Els Opsomer
Beeldend kunstenaar
www.ernahecey.com/uk/els_opsomer_works.php



Els Opsomer, *De draak van Deerlijk*, 2007



OPDRACHT VOOR EEN BEDRIJFSRUIMTE

INITIATIEFNEMER: *VdS Weaving*
ONDERNEMER: *Guy Van den Storme*
KUNSTENAARS: *Sarah Deboosere & Charles Blondeel*
DUUR: *1,5 jaar*

UITGANGSPUNT

De medewerkers doen groeien en bewuster doen omgaan met respect voor zichzelf, voor hun collega's en voor hun omgeving.

BEDRIJFSRUIMTE

De jonge kunstenaars stelden bij hun eerste bezoeken vast dat er weinig communicatie was tussen de medewerkers van het bedrijf en dat mensen weinig of geen voeling hadden met het eindresultaat van hun werk. Aanvankelijk wilden Sarah & Charles de onderlinge communicatie tussen de medewerkers stimuleren door een video te maken met individuele opnames van de werknemers die vertelden over iets dat hen raakt. Naarmate de kunstenaars meer voeling met het bedrijf kregen, ontstond een nieuw idee: ze zouden een buitenruimte aanleggen, een kleine ontmoetingstuin voor de werknemers. Daar kunnen de werknemers hun boterhammen opeten, een sigaretje roken, even bijpraten, van de zon genieten en elkaar beter leren kennen, zodat respect voor elkaar mogelijk wordt. Het aanleggen van de tuin gebeurde in samenwerking met Benjamin Claeys.

PARTNERS

VdS Weaving
Weverij van kwaliteitsstoffen voor toepassingen in de meubelindustrie, landbouw, bagageproductie, geneeskunde, e.a.
www.vdsweaving.com

Sarah Deboosere & Charles Blondeel
Beeldende kunstenaars
www.charlessarah.com



Sarah & Charles, Project voor VdS Weaving



COCREATIE – ATELIERS

Korte format waarin drie of vier kunstenaars en evenveel ondernemers elkaar ontmoeten gedurende vier namiddagen. Dit concept werd eerst uitgewerkt door MAD Emergent Art Center (Paul Desmedt, Rene Paré) in Nederland in het kader van een Creative Challenge Call.
<http://mad.dse.nl/>

UITGANGSPUNT

De deelnemers uit de bedrijfswereld én de kunstensector worden gecoacht in het zoeken naar verbindingen van waaruit ze gemeenschappelijke projecten kunnen opzetten. Cocreatie ontstaat tussen twee totaal verschillende disciplines en brengt op korte tijd concrete concepten, voorstellen tot uitwerking en vernieuwende werkprocessen op gang. Het is de bedoeling om de interactie tussen de deelnemers van de verschillende ateliers te stimuleren. Door een pool te vormen waarin ze elkaar geregeld ontmoeten, kunnen nieuwe samenwerkingen ontstaan.

ATELIER 36 (2008)

Een samenwerkingsverband tussen Arteconomy en Kunstencentrum Buda met de steun van Domotic. Lounge/Elektromat. Delphine Hesters (doctorandus in de sociologie K.U.Leuven) trad op als observator en rapporteur.

Atelier 36 leidde tot volgende samenwerkingen:

- UMO – Unidentified Moving Object: Kris Verdonck, kunstenaar en Dirk Ghekiere/dZine voeren samen materialenonderzoek uit voor het gebruik van hologrammen. Voor dZine is dit een commerciële opportuniteit, voor Kris een interessante piste voor een nieuw artistiek project.
- GPS – Great Parental Steering System: Eric Joris, kunstenaar en Hans Vermandere/Indie Group werken een computergame uit dat kinderen hun verveling tijdens lange autoritten kan doen vergeten. Indie Group ontdekt hier misschien een gat in de markt, voor de kunstenaar zijn de verworven inzichten inspirerend voor zijn artistiek parcours.
- Het proces van de traagheid: kunstenaar Yves Coussement gaat bij Jo Versavel/Traficon een traject opzetten dat het personeel uitnodigt om één dag om de twee weken tijdens hun werk enkel met creatieve ideeën bezig te zijn. Yves treedt op als katalysator om het personeel tot die verhoogde creativiteit te brengen.

www.budakortrijk.be



Atelier 36

COCREATIE – ATELIERS

ATELIER 64 (2009)

Een samenwerkingsverband tussen Arteconomy en plugMedia, met als observator Innowiz, Technische Universiteit Howest Kortrijk.

Atelier 64 leidde tot volgende samenwerkingen:

- Een videoproject voor dans: Ugo Dehaes, kunstenaar en Lucas De Wilde/One Agency onderzochten de dunne lijn tussen leven en dood, en de ondraaglijke lichtheid hiervan. Het werd een videoproject dat kan dienen o.a. tijdens dansvoorstellingen.
- Online expositietool: Narcisse Tordoir, kunstenaar en Dirk Sabbe/Netlash ontwikkelden samen een online expositie-tool waar een kunstenaar zijn werk kan voorstellen.
- Multitouch: Rudi Bogaerts, kunstenaar en Bart Chanet/Dreams and Creations bedachten het Multitouch-project voor musea en andere cultuurgerichte organisaties. In een later stadium zullen meer commerciële toepassingen ontwikkeld worden.

www.plugmedia.be
www.innowiz.be



Atelier 64



EEN SELECTIE UIT DE NIEUWE PROJECTEN IN AANZET

SIEMENS, SINT-LUCAS ARCHITECTUUR – MIXED MEDIA LAB, IVOK

Dit project in ontwikkeling streeft naar de cocreatie van een omgeving, waarin ontwerpers een creatief opbod kunnen aangaan, gebaseerd op de vormstructuur van de traditionele beslissingsruimtes. Het moet een intelligente omgeving worden die dankzij de aanwezige technologische en beeldende meerwaarde een creatieve ontmoeting op een ander bewustzijnsniveau kan tillen. Het concept van een actie-reflectie-ruimte en de structuur van deze installatie zijn ontleend aan de denkwereld en het onderzoeksproject van Marc Godts. De samenwerking tussen de ontwerper, MMLAB en SIEMENS is een buitenkans om de inhoudelijke en technologische uitdagingen aan te gaan die het ontwikkelen van een prototype voor deze ruimte stelt.

www.architectuur.sintlucas.wenk.be
w1.siemens.com
associatie.kuleuven.be/ivok

GERECHTSGEBOUW KORTRIJK

INITIATIEFNEMER:

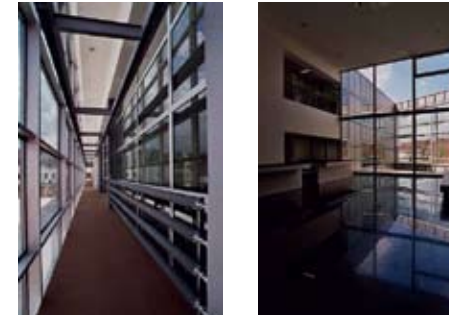
LVDA advocatenkantoor

ONDERNEMER: *Jan Leysen*

KUNSTENAAR: *Pieter Vermeersch*
In samenwerking met Kunstencentrum Buda

De strakke architectuur en de transparantie van het nieuwe Kortrijkse gerechtsgebouw weerspiegelen het logische rechtssysteem en de rechterlijke autoriteit. De strenge zwart-wit-combinatie benadrukt de ernst waarmee 'goed en kwaad', 'gelijk en ongelijk' hier behandeld worden. Kan de strakheid van het juridisch denken door kunst in vraag worden gesteld? Kan ze worden uitgedaagd, om zichzelf nog beter te verantwoorden? Het werk van Pieter Vermeersch is in staat om het gebouw even 'scheef' te zetten, om de evidenties in vraag te stellen, om het logisch voorspelbare een spiegel voor te houden. Het progressieve omgaan met kleur en licht stelt het ongenueanceerde en het buiten de wet stellen van elke emotie binnen het gerecht in vraag.

www.lvda.be
www.pietervermeersch.be



Gerechtsgebouw Kortrijk



EEN SELECTIE UIT DE NIEUWE PROJECTEN IN AANZET

TRANSLUCENT FUTURES

INITIATIEFNEMER:
kunstenaar Angelo Vermeulen
BEDRIJF: *LVDA advocatenkantoor*
ONDERNEMER: *Jan Leysen*

Translucent Futures wil als artistiek platform de problematiek van de door ubiquitous technology bedreigde burgerrechten en privacy aankaarten en onderzoeken. Het onderzoekstraject zal te volgen zijn op een open wiki. Op die manier kan Translucent Futures een netwerk uitbouwen van geïnteresseerde partners. In een tweede fase wil Angelo Vermeulen deze materie vertalen in een aantal (collaboratieve) kunstprojecten. De kunstenaar zoekt samenwerking met het advocatenbureau als deskundige in het domein van privacy-wetgeving.

www.angelovermeulen.net
www.lvda.be

WATER AND CONCRETE SOLUTIONS (voorlopige werktitel)

INITIATIEFNEMER:
kunstenaar Lieven Paelinck

Lieven Paelinck koppelt zijn zoektocht naar het thema water aan beton. Met de artistieke producten die hij binnen dit thema ontwikkelt, wil hij een interessante commentaar leveren op Art for social responsible transformation. Het project gebeurt in samenwerking met en steun van Protos en UAB. Arteconomy coacht de kunstenaar op zoek naar partners en middelen om zijn ideeën te realiseren.

<http://www.bamart.be/persons/detail/nl/169>



Angelo Vermeulen, *Translucent Futures*



Lieven Paelinck, *Water and Concrete Solutions*

Verbinding

Arteconomy bouwt geen bruggen. Arteconomy legt de al aanwezige verbindingen bloot.

In dit deel komt het relationele uitgangspunt van Arteconomy als inspiratiebron voor de toenadering tussen kunst en economie ter sprake.

Wat Arteconomy uniek maakt is haar relationele visie op kunst en economie. Het principe van verbinding is universeel. Het is niet onmiddellijk verankerd met één maatschappelijk domein of met een bepaalde inhoud, maar het brengt altijd een dynamische beweging met zich mee. Deze dynamiek of beweging is de sleutel die ontmoetingen in gang zet.

In het logo van Arteconomy is die dynamische visie uitgetekend.



Het logo bestaat uit twee figuren. Er is de basis die bestaat uit een wirwar van lijnen of – als men zijn pen bij het krabbelen niet zou opheffen – een lange lijn die zichzelf telkens weer snijdt. Op die achtergrond rust een duidelijk afgeijnde vorm: een horizontale balk die de naam Arteconomy draagt.

BEWEGING

Arteconomy identificeert haar activiteit met een wolk van uitdijende lijnen, omdat het in beweging wil zijn. Arteconomy kan

zich niet aan een plaats, een instituut of huis binden. Als bemiddelaar tussen kunst en economie neemt ze steeds weer nieuwe ruimtes in, soms mentaal, soms fysiek. Daarom kan Arteconomy zich vinden in de meest eenvoudige tekening van een lichte, gasvormige gedaante.

Laten we dieper op de metafoor ingaan. Wat is lucht? Het is materie in gasvormige toestand. Het is een ijle substantie die we de naam lucht gaven, of zuurstof. Gas is geur en kleurloos. Zuurstof is onzichtbaar maar overal aanwezig en werkzaam. Arteconomy moet haar werk doen, even vanzelfsprekend en onopgemerkt als een vlotte ademhaling.

Op microniveau bestaat lucht uit atomen, die los door elkaar bewegen en verbindingen aangaan wanneer ze tegen elkaar opbotsen. Chemische verbindingen zijn exemplarisch voor de verbindingen die Arteconomy op microniveau realiseert. Mensen zijn als atomen. Hoe meer ze bewegen, hoe groter de kans dat ze elkaar tegenkomen en verbindingen aangaan. Door zelf in beweging te zijn en mensen bijeen te brengen accentueert Arteconomy verbindingen tussen kunst en economie. Ze voegt niets aan de formule toe, werkt niet met toverspreuken. Ze gaat ervan uit dat verbindingen al bestaan, maar meestal onzichtbaar zijn. In een persoonlijke kennismaking treden ondernemers en kunstenaars uit hun 'rollen' zoals ze ons en hen werden aangeleerd. Op het niveau van atomen, van mens tot mens, zijn er geen door systemen vooropgestelde grenzen. Vaak spreekt men van 'bruggen bouwen' tussen beide entiteiten: dat betekent dat men moet bijbouwen, oevers verbinden om elkaar te bereiken. Arteconomy is van mening dat die bruggen niet nodig zijn, aangezien de verbindingen tussen kunst en economie er al liggen.

In de wereld van atomen is beweging oorspronkelijker dan de gemaakte verbindingen. Dit betekent dat alle verbindingen tijdelijk zijn en gepaard gaan met ontbinden. Die twee bewegingen wisselen elkaar af.

Atomen verschillen van elkaar. Ze behoren tot een zekere soort die ook hun gedrag bepaalt. Wanneer ze zich met elkaar verbinden geven ze die identiteit niet op. Ze verbinden zich in hun eigenheid en verschil. In combinatie met elkaar kunnen ze een nieuw geheel vormen, maar het verschil tussen hen beiden blijft

behouden. Op die manier zijn grenzen een contactzone, geen afscheiding of bescherming, maar de plaats waar men met verschil geconfronteerd wordt. Integratie ligt dan niet in een versmelting met verlies van identiteit, maar in het loslaten van het mentale hok waarin we onszelf én kunst én economie plaatsen.

De balk van het logo staat symbool voor de contactzone of ontmoetingsruimte die Arteconomy wil zijn. Er zijn momenten waarop de gastoestand van Arteconomy uitstolt, verhardt en de duidelijke vorm aanneemt van o.a. een seminarie, een project, een atelier. Deze woonplaatsen zijn altijd tijdelijk.

Uit de atomenleer kunnen we heel wat opsteken over de aard van een verbindingsgerichte relatie. Maar er zijn talrijke inspiratiebronnen uit andere werelden waar op exemplarische manier over verbinding wordt gesproken en die als toetssteen dienen voor de relatie tussen kunst en economie. Werken die voor Julie Vandenbroucke belangrijk zijn: Het boek *Verbondenheid* van Ferdinand Cuvelier, het boek *Vorm is leegte, leegte is vorm* van Thich Nhat Hanh, een Vietnamese boeddhistische monnik, die vooral in Frankrijk verblijft en die 'verbinding' vanuit het oogpunt van het Boeddhisme bekijkt, persoonlijke gesprekken met Peter Bassens.

VERBINDING VERSUS BIPOLAIR

Er zijn twee manieren om de relatie tussen kunst en economie te bekijken. Vanuit een verbindingsgerichte of vanuit een bipolaire of duale ingesteldheid, waarbij de eerste dynamischer is en dus meer mogelijkheden biedt tot innovatie en verandering. Innovatie is het resultaat van verbinding en ontbinding.

In een bipolaire stelling staat kunst tegenover economie. Kunst situeert zich in de marge, de economie staat in het centrum en biedt zekerheden. Dit betekent dat het contact met de kunst voor de economie risicovol is en dat omgekeerd de kunst op de zekerheden van de economie teert. Terwijl beide elkaar meer te bieden hebben.

Als je kunst en economie vanuit een verbindingsgerichte visie bekijkt, staat de mens voorop. In theorie kan je dan nog

spreken van een centrum of de rand, maar in praktijk worden die begrippen opgeheven omdat men voortdurend tussen beide beweegt. Beweging is dan oorspronkelijker dan thuiskomen, hetzij in de kunst hetzij de bedrijfswereld.

Arteconomy stelt kunst of economie dus niet centraal in de maatschappij, zoals andere organisaties dat soms doen. Het stelt niet voorop dat kunst of economie de maatschappij moeten veranderen. Arteconomy zet de verbinding centraal. Beide partners zijn evenwaardig en delen in verantwoordelijkheid. Zo krijgt het subject en zijn betrokkenheid een centrale plaats.

De verbinding centraal stellen betekent: er vanuit gaat dat er een uitwisselingproces is waarin beide groeien en veranderen, waardoor het geheel ook anders wordt. In deze holistische benadering is kiezen voor verbinding ook kiezen voor (soepele) ontbinding. Beide moeten elkaar afwisselen en zijn noodzakelijk om tot vernieuwing, innovatie en verandering te komen. Deze regel gaat gelijk op zowel voor de kunst en de economische wereld als voor de maatschappij in haar geheel.

Wanneer kunst (of de economie) eenzijdig de nodige verandering teweeg moet brengen gaat men er van uit dat daar de waarheid ligt. De verantwoordelijkheid voor verandering ligt dan bij de ander. Op die manier raakt men gemakkelijker verstrikt in een machtsstrijd. De relatie wordt er een van controle uitoefenen op de ander. Op die manier blijven verandering en vernieuwing meestal uit, aangezien ontbinding daarin een belangrijke factor is. Zo installeert men meer de dualiteit en wordt minder gemikt op het geheel.

Arteconomy vertrekt vanuit de mens, zijn ziel, zijn hart, zijn denken, zijn uitdagingen, zijn bekommernissen, zijn ontwikkeling en de verbindingen die hij aangaat.

Arteconomy vroeg aan kunstenaar Honoré δ'O om op een artistieke manier zijn visie op verbinding door te geven.



VALUE AWARD

CERTIFICAAT

"A person is born with a liking for profit."
Xun Zi (Chinese Confucian philosopher, 4th century B.C.)



Value Award is a chalice filled with little black blocks that can be assembled by the owner as s/he chooses to form a bar code. They make a wall sculpture which, as is to be expected of course, makes the chalice emptier. Comma, comma, comma. That's what my point is on.

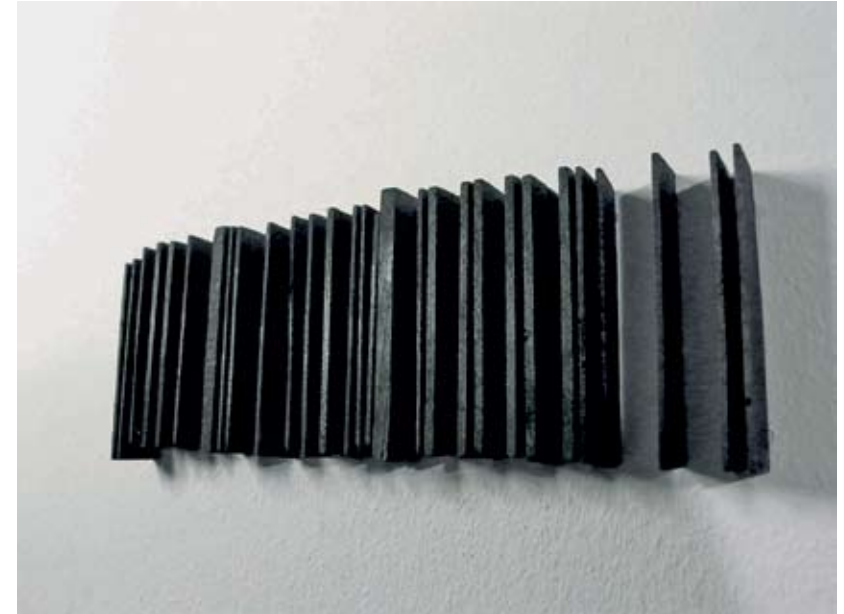
The owner of the work is permitted to nurture fantasies about 'value' in general, or specifically about the value of this work. The sculpture which interprets the purchase price of the work, for example, can be adjusted as the work increases in value ... or decreases. Crisis stock!

Or crisis-resistant. Language puts images into words and images add value to language. O's, e's and i's may resonate, dance and be substituted. The a as a separate shriek. Substituted? Banned even, then I will speak to you with only consonants.

A Free Online Bar Code Generator is easy to google.

Naturally the artwork aims to be a *solution!* For mainly insoluble problems. It shrinks from materialistic inspiration and, in the end, gives us a thorough grip on the ever-elusive idea of total – therefore changing – value, of everlasting, endless, creative capital.

11/05/2009
Honoré δ'O



De geschiedenis, het pionieren

De toekomst zal een nieuwe vorm geven aan het bestaan van de organisatie Arteconomy. De zeven pioniersjaren die we met deze publicatie afsluiten nopen tot enkele dagboeknotities uit de geschiedenis van en over de betekenis van het pionierschap.

Passie en strategie zijn de pijlers van het pionierschap gebleken. Het draagt zoals elke vorm van ondernemerschap op een combinatie van gedrevenheid en strategisch vermogen.

EEN GESCHIEDENIS VAN ARTECONOMY – INTERNATIONALE STAPSTENEN

De wieg van Arteconomy is het bedrijf Constructies Espeel. In het jaar **1989** begint het spontaan samen te werken met kunstenaars aan de realisatie van hun kunstwerken in metaal. Michel Espeel, de echtgenoot van Julie Vandenbroucke, was gedelegeerd bestuurder van het bedrijf Constructies Espeel. In **1996** bezoekt Minister Luc Martens Constructies Espeel. Voor het eerst komt de samenwerking met kunstenaars in de openbaarheid. Tijdens de ontmoeting groeit het idee om in CC De Spil in Roeselare een tentoonstelling te organiseren met nieuw werk dat kunstenaars bij Espeel maken. In **1998** gaat die door onder de naam *Noodingang*. Via de kunstenaar Honoré δ'O is het echtpaar Espeel in **1999** te gast in Cittadellarte waar het deelneemt aan het project *Woolways* van Fabrice Hyber. Nog in 1999 gaat in het bedrijf Constructies Espeel een artistieke happening door. Onder de noemer *Heavy Metal* worden video-kunst en fotografie getoond in de productiehal. De beelden hantieren het thema macht, tijd, ritme, presteren en doelgericht handelen; begrippen die nauw verbonden zijn met het economische gebeuren. **2001** wordt het jaar waarin het idee van Arteconomy langzaam rijpt. Begin februari organiseert Julie Vandenbroucke in het bedrijf opnieuw een happening: *Touch Me*. Na deze manifestatie voelt Julie dat ze een andere richting wil volgen. Ze begrijpt dat de aaneen-

schakeling van samenwerkingen, evenementen en invloeden van buitenaf werkt als een veranderingsproces in het bedrijf. Ze wil met deze ervaring naar buiten komen en zien of de merkbare meerwaarde in de combinatie van kunst en economie een maatschappelijk draagvlak kan vinden. Het idee is nog pril en vindt een eerste formulering in het woord Arteconomy. Het ontstaat naar aanleiding van de creatie van een website en een boekje waarmee Julie in de zomer van 2001 naar een beurs bij Cittadellarte trekt. Gesprekken met o.a. Giuliana Setari, de voorzitter van Cittadellarte, moedigen Julie aan en ze neemt in **2002** haar concept in handen onder de structuur van Arteconomy vzw. De pioniersperiode begint. In **2004–2005** gaat het seminarie *Kunst en economie: wij zien geen verschil* door met als uitloper de voorstelling van het genomineerde boek *Kunstenaars en ondernemers: een nieuwe relatie* in **2006**.

De data die we aanstippen in deze beknopte geschiedenis van Arteconomy stroken met de internationale opkomst van concepten als creatieve en culturele industrieën en daarop geïnspireerde organisaties.

In **1994** duikt de term *Creative Industry* voor het eerst op in het Australische verslag *Creative Native: A Policy for Leaders of Followers*. Hij wordt opgepikt door de *Creative Industries Task Force* die in **1997** door het Verenigd Koninkrijk wordt opgezet in het Departement Cultuur, Media en Sport. Sindsdien is de term internationaal gangbaar o.a. door de sterke internationale profilering van Britse overheidsinitiatieven door de toenmalige premier Tony Blair.¹

In het jaar **1998** wordt Cittadellarte gesticht.

Het boek *Artful Creation Learning-Tales of Arts-In-Business* van Lotte Darsø verschijnt in **2004**. Het is het eerste boek dat op een internationaal vlak drieënvijftig interviews samenbrengt over projecten tussen kunstenaars en bedrijven. Het gaat over projecten bij o.a. Unilever UK, Volvo, Rank Xerox.

Nog in 2004 geeft Richard Florida in Vlaanderen een lezing over zijn boek *The Rise of the Creative Class* (2002) op uitnodiging van Minister van Economie Patricia Ceysens.

1. *Aesthesis, The International Journal of Art and Aesthetics in Management and Organizational Life*, volume 2, 2008.

DE PIONIER / ONDERNEMER

Een pionier is een ondernemer. Alles begint met een idee, maar met een concept alleen ben je nergens. Je moet het ook kunnen verkopen. Als pionier ga je een taal ontwikkelen waarin je een concept kan communiceren. Daartoe vind je geen pasklaar referentiekader maar wel impliciete toetsstenen.

Je moet de flexibiliteit hebben om je concept voortdurend anders te bekijken en voor te stellen. Je krijgt kritiek die je moet aangrijpen om je concept beter en anders te formuleren opdat je zou begrepen worden. Het is belangrijk om naast de kritiek ook impliciete impulsen te ontvangen als bewijs dat je juist zit.

Als pionier moet je geldende normen en waarden herdenken. Afstand nemen van het bestaande is niet gemakkelijk, omdat het centrum een sterke aantrekkingskracht heeft. Aan de rand ontbreken rust en veiligheid. Je wil vluchten naar het centrum. Je bent daar opgegroeid en dat beschermt je. Als pionier moet je kunnen bewegen. Niet de rand of het centrum zijn belangrijk, maar de verplaatsing, het bewegen tussen beide. Hoe meer je experimenteert en onbekende wegen bewandelt, hoe groter de kans op bevestiging. Hoe meer je je roert, hoe groter het resultaat.

Een pionier moet open staan en tegelijk zijn concept beschermen. Je hebt een visie, maar geen sterke structuur. Organisaties met een sterke structuur lopen weg met je concept en bouwen het uit zonder jou daarin te erkennen.

Je moet alles zelf ervaren. Je moet met onmacht en eenzaamheid kunnen omgaan.

's Morgens ben je koning, 's avonds onbestaand en genegeerd. Niemand zit op je te wachten. Je schept je eigen bestaan en dringt het op aan de maatschappij. Intuïtie is je kompas.

PASSIE

Arteconomy begint als het persoonlijke onderzoek van Julie Vandenbroucke, naar hoe 'een idee' wortel kan schieten in de maatschappij. Let wel, Arteconomy is niet het idee van één persoon maar van een groep mensen.

De kracht van Arteconomy ligt in het feit dat Julie als voortrekker niets te verliezen heeft. Ze moet geen rekening houden met geld, een carrière of positie. Ook haar leeftijd speelt hier een positieve rol. Tegenslagen en onmacht kan ze beter plaatsen. Het gevoel van 'nu of nooit' blijkt een extra stimulans. Dit is trouwens een pleidooi om de leeftijd van vijftigers te herwaarderen: hun gedrevenheid op persoonlijk vlak kan veel positiefs teweegbrengen én dus innovierend werken in de maatschappij. Arteconomy blijkt voor Julie een vehikel om haar zienswijze en denken rond verbinding bespreekbaar te maken en te verdiepen. Op dit flexibele vehikel kan ze de hele maatschappij doorkruisen en zowel de politieke, de sociale, de artistieke, de economische als de onderwijswereld dwarsen.

De vreugde bij het ervaren van een geslaagde verbinding tussen mensen, is de blijvende drijfveer van Arteconomy. Gesprekken beginnen vanuit de eigen positie. Daarbij houdt iedereen zijn wensen, vragen, behoeften onder tafel. Gaandeweg komen die op tafel te liggen en worden ze op elkaar afgestemd.

STRATEGIE

De initiële strategie van Arteconomy om het maatschappelijke veld te bereiken, bestaat erin studies te laten maken over het eigen vakgebied economie en kunst. Daarbij wordt het onderwijs bewogen om een goede doorstroming naar de maatschappij te bewerkstelligen. De basisideeën worden door het seminarie aan een beperkte doelgroep getoetst en geconcretiseerd in de projecten.

In een volgende fase bepaalt het indienen van subsidiedossiers de gevolgde strategie.

In 2007 groeit het besef van de maatschappelijke opdracht van Arteconomy en de noodzaak van een financiële ondersteuning door de overheid. Op verschillende niveaus – regionaal en Vlaams, Innovatie, Economie, Cultuur, bij de administratie en de kabinetten – wordt hiervoor gelobbyd.

Ondertussen geeft Arteconomy haar ervaringen een bredere, institutionele basis door samen te werken met belangrijke spelers uit de economische en de kunstwereld en uit het onderwijs. Als mensen met Arteconomy een project opzetten raken ze vanzelf overtuigd dat er een intrinsieke meerwaarde aanwezig is.

Arteconomy als nieuw begrip

Kunst en economie zijn complementair

(tijd) - Het West-Vlaamse bedrijf Espeel werkt sinds 15 jaar samen met kunstenaars. Naast de productie van hoogwaardige metaalconstructies worden er, als bijactiviteit, kunstwerken gemaakt op basis van ideeën van kunstenaars. Het gaat niet om een vorm van mecenaat, maar om een volwaardig partnerschap. Een studie, uitgevoerd in opdracht van de VZW Arteconomy, wees uit dat de samenwerking niet alleen de kunstenaars, maar ook het bedrijf ten goede komt.

Espeel, gevestigd in Blessele, is een industriële KMO waar een 80-tal mensen werken. Het is een metaalconstructiebedrijf. Op vraag van bestidhouwer Paul Gees werd er in 1989 voor het eerst een kunstwerk gemaakt. Sindsdien hebben heel wat andere kunstenaars de weg naar Espeel gevonden, onder wie bekende namen als Honthus en D. Leo Copens, Isa Genzken, Hermaans, Mallelier, Neuzadt, Ann-Noronica Janssens, Jan Fabre, Jotille Tuerlinckx, Hans Depelemacker, Marine Plateau en Claire Roudenko-Berthelot. Met de samenwerking wordt telkens gepoogd een win-win-situatie te creëren voor bedrijf en kunstenaar. De kunstenaar kan gebruikmaken van het materiaal, de ruimte en de professionaliteit van het bedrijf om zijn ideeën uit te werken. Een studie legde ook de positieve aspecten voor het bedrijf bloot: de samenwerking draagt bij tot de naambekendheid, maar heeft ook een meerwaarde voor de werknemers.

De studie werd uitgevoerd in opdracht van Arteconomy, een VZW die opgericht werd in 2002. De voorzitter is Julie Vandenbroucke. Zij zegt: 'Espeel is een bedrijf waarbij de kwaliteit van de productie primeert op de kwantiteit. Er wordt op maat van de klant gewerkt. De studie over de samenwerking met kunstenaars heeft onverwachte aspecten blootgelegd. Veel werknemers vinden dat de concrete uitwerking van een kunstwerk minstens even belangrijk is als het achterliggende idee. Een kunstwerk zien zij ook niet als het product van een persoon, maar als het eindresultaat van een gezamenlijk proces. De samenwerking met kunstenaars doorbreekt ook de sleur, zij zijn zeer voorafwilling in het werk. Verder leren de werknemers door een kunstproject op een andere manier omgaan met hun capaciteiten. De verantwoordelijkheid van hun vakmanschap wordt doorbroken. Het leekste aan de kunstprojecten vinden de werknemers het contact met de kunstenaar, van wie zij andere visies en standpunten te horen krijgen. Daardoor wordt hun wereldbeeld verbreed, hun wereld openheid neemt toe. Van de samenwerking met kunstenaars verwachten de werknemers ook een positieve media-aandacht. De introductie van kunstprojecten in een onderneming kan een uitstekend draagvlak zijn voor het stimuleren van de creativiteit en innovatie.'

Return

De verhouding tussen economie en kunst wordt meestal voorgesteld als een van geven en nemen. Vandenbroucke vindt dat wij op een andere manier moeten denken over de verhouding tussen beide: 'Het is geen relatie van lovenslagen en onderliggen, van meenemen of sponsoring. De studie over Espeel toont aan dat het om een win-win-relatie gaat, om partnerschap. Zowel de kunst als de economie heeft een eigen hoedanigheid en taak, de ene niet minderwaardig aan de andere. In het geval van Espeel levert het bedrijf de technische ondersteuning bij de realisatie van een kunstwerk. Dat is bij de kunstenaar een grote behoefte aan. Zonder die bijdrage zouden bepaalde kunstwerken eenvoudigweg niet gemaakt worden. De medewerkers van het bedrijf kunnen steunen op hun ervaring, zij hebben niet zelden een veel eenvoudiger manier om een technisch probleem op te lossen dan de kunstenaar.'

Natuurlijk brengt de samenwerking voor het bedrijf kosten mee aan materiaal, arbeidsuren en expertise. Dat moet vergoed worden. Er bestaan daarvoor verschillende formules. Espeel werkt vaak grote projecten uit, die bij een kunstenaar besteld zijn door een officiële opdrachtgever, bestemd voor een openbare ruimte of een tentoonstellingszaal. In dat geval wordt de

opdrachtgever gewoon beschouwd als klant van het bedrijf. De eigenlijke return voor het bedrijf is wel anders dan bij een gewone klant. Vooral voor de werknemers van het bedrijf is er een heel verschil, zij moeten op een totaal andere manier gaan denken dan gewoonlijk. Bij een normale opdracht krijgen de werknemers gedetailleerde ontwerptekeningen, zij moeten alleen maar uitvoeren wat zij voorgeschoteld krijgen. Bij een kunstopdracht moeten zij zich echter inleven in het werk, wat niet altijd evident is. Soms moet er herbegonnen worden. Het is heel belangrijk voor een bedrijf dat de werknemers in zichzelf geloven, dat zij een grote wereldopenheid hebben. Het zijn twee basisvoorwaarden voor innovatie en creativiteit in een bedrijf.'

Denktank

Op de vraag waarom Arteconomy opgericht werd, antwoordt Julie Vandenbroucke: 'Wij willen de mogelijkheden van de samenwerking tussen kunst en economie verder onderzoeken en gelijkgezinden zoeken. Arteconomy organiseert nu een seminarie van acht avonden over de relatie tussen kunst en economie, over de verantwoordelijkheid van de bedrijfswereld tegenover de kunstwereld. Er nemen 25 bedrijfsleiders uit West- en Oost-Vlaanderen aan deel. Er wordt telkens iemand uit de kunstwereld of de academische wereld uitgenodigd om een inleiding te geven rond een deelaspect. Daarna volgt een discussie. Het ligt in de bedoeling, de resultaten van die bijeenkomsten te publiceren. Het team van Arteconomy wil zoeken en onderzoeken. In kunst en economie zien als een denktank. Er zitten heel wat vrouwen bij, die in de samenleving verschillende functies hebben, van communicatiejournaliste, over kunsthistorica tot bedrijfsleider. In de denktank zitten verder mensen van een brachtaanbouwbedrijf, een autoconstructiebedrijf, een bouwbedrijf, een manager van waterschappen. Wij proberen uit te zoeken welke elementen nodig zijn om kunst en economie te verbinden. Gaat het om verantwoordelijkheid opnemen, open staan voor elkaar, ruimte geven aan elkaar? Wij willen ook

ontwikkelen waarin de kwaliteit van de medewerkers meer wordt gevaloriseerd. De wereldopenheid van de werknemer heeft, een weerslag op het innoverende gehalte van het product dat hij maakt.' 'Is het dan mogelijk dat een bedrijf een nieuw product gaat maken op basis van een technische innovatie gevonden via een kunstenaar? Vandenbroucke: 'Ik kan nu voorstellen dat een bedrijf een kunstenaar tijdelijk inhuurt als consultant. Een bedrijf denkt altijd in een gestroomlijnd systeem. Een kunstenaar daarentegen denkt totaal los van sy-



In de denktank van Arteconomy zitten nogal wat vrouwen. Voorzitter Julie Vandenbroucke (rechts): 'Wij willen onderzoeken hoe kunst en economie kunnen samenwerken.'

stem. Hoe groter hij als kunstenaar is, hoe verder zijn denken afsloot van systemen. Die twee samenbrengen betekent zoveel als twee verschillende werelden met elkaar confronteren, waardoor nieuwe dingen tot stand gebracht kunnen worden. Wij zijn in onze westerse wereld daar aan toe. We zijn allemaal vissers in hetzelfde water.'

Iren POPPELLER
Julie Vandenbroucke,
Arteconomy VZW,
Klaipenestraat 6, 8080 St. Elioid,
Winkel, Tel. 056/56.19.66,
www.arteconomy.be

Intern en internationaal netwerk, vertegenwoordiging

Passie en strategie zijn de drijfveren van Arteconomy. Het Intern Reflectie Platform (IRP) speelt hierin een essentiële rol. De leden van het IRP zijn niet alleen het hart en de ziel van de organisatie. Ze denken na over strategieën om de maatschappij te sensibiliseren, om de visie van Arteconomy ingang te laten vinden en de missie en doelstellingen te realiseren.

Daarnaast heeft Arteconomy sinds het prille begin oog gehad voor wat er zich internationaal bewoog op het terrein van kunst en economie. Zo groeiden stilaan internationale contacten met gelijkgezinde organisaties en hun voortrekkers. De laatste vier jaar werden die contacten concreter, door een bezoek aan Alastair Creamer in het Verenigd Koninkrijk die toen nog voor Unilever werkte en nu zijn eigen bedrijf Creamer&Lloyd runt. Met Professor Lotte Darsø wisselde Arteconomy ervaringen en ideeën uit in haar kantoor in Kopenhagen. Hieruit volgde het lidmaatschap van het internationale netwerk AACORN (Aesthetics, Creativity and Organization Research Network) en van Nomad (European Nomadic University).

INTERN REFLECTIE PLATFORM

Arteconomy wordt gedragen door de inzet, de passie en het doorzettingsvermogen van verschillende mensen. De dagelijkse werking is in handen van Julie Vandenbroucke en Marianne Verkest. Daarnaast is de reflectie, de expertise en blijvende inzet van de leden van het IRP van essentieel belang.

De leden van het IRP brengen elk een woord of een gedachtegang aan die volgens hen van toepassing is op de werking en/of de visie van Arteconomy.

Het eerste persartikel over Arteconomy verschenen in *De Tijd*, 11 december 2004. De sprekende titel is nog altijd actueel.

Els Opsomer

Kunstenaar en medevoorzitter van Arteconomy

[ON]GEDULD

Omdat het tergend is om te zien hoe weinig ruimte creativiteit en verbeelding krijgen. Arteconomy heeft het geduld om dat in alle gebieden te waarderen en aan te wakkeren. Door de gangbare uitwisseling (simpele sponsoring, evenementen) tussen actoren aan te kaarten en in vraag te stellen, heeft Arteconomy een ongeduldige dynamiek ontwikkeld die pleit voor een inhoudelijke en fundamentele uitwisseling. Arteconomy is ervan overtuigd dat elke kleine verandering een begin is, maar tegelijk een schamelijke start.

Anna Geukens

Socioloog, werkt momenteel als beleidsmedewerker bij de Europese Commissie, Unit Culture Policy & Intercultural Dialogue, -SNE/END gedetacheerd vanuit Directie Cultuur, Provincie Limburg.

OPENHEID = LEGERTE

Mirjam Tas

Customer Experience Manager voor Lexus Europe

ZELFONTPLOOIING

De interactie tussen kunst & economie leidt tot de zelfontplooiing van alle betrokkenen.

Charlotte Bonduel

Doctoraatstudent aan de Vrije Universiteit Brussel

NOMADISCH

Een organisatie als Arteconomy mag noch in de economische wereld, noch in de kunstwereld thuis zijn. Als beschermheilige en duivel-doet-al van een vlotte verbinding tussen beide moet ze in beweging blijven of slaat ze waar nodig een tijdelijk kamp op.

Yolande De Bontridder

Directeur van ARCHETYPE sprl (art consulting)

OUVERTURE/RENCONTRE

La nécessité et l'importance de créer des ponts entre l'art

et l'économie. L'intérêt de la recherche des moyens pour pouvoir y accéder. L'importance du processus pour atteindre l'objectif déterminé. Le plaisir d'apporter un regard pragmatique au sein du groupe, une expérience de longue date sur le terrain en entreprises et une petite touche francophone et d'autres contacts!

Marianne Verkest

Projectcoördinator van Arteconomy

EVENWICHT

diverse samenwerkingsvormen tussen kunst en economie, tussen kunstenaars en ondernemers, kunnen leiden tot een beter persoonlijk en maatschappelijk evenwicht.

Paul Desmedt

Zelfstandige consultant voor high tech-industrie met 20 jaar ervaring in prototyping, in het bijzonder voor medische beeldverwerking (Philips, Agfa, ASML, Histoscanning). Op dit moment is zijn voornaamste opdracht om als Corporate Technology Officer de transitie (gekoppeld aan ambitieuze groei) van een universiteitsafdeling naar een zelfstandig instituut te realiseren.

HUMAN VISION

passie ploetert voort onder de platste hemel. Visie bengelt met de benen over de afgrond. Passie en visie schuren samen een weg, van zand en diamant.

En ik, ik heb ook mijn schuurpapiertje meegebracht.

Kris Vleeschouwer

Beeldend kunstenaar en docent sculptuur aan de Hogeschool Sint Lukas Brussel.

ACTIE-REACTIE

Op het moment dat kunst de deur van een bedrijf intrapt en economie de kunst de spiegel van de realiteit voorhoudt, ontstaat er een wereld van nieuwe mogelijkheden. Arteconomy speelt een belangrijke pioniersrol in dit onderzoek. Wat kan er uit kunst en economie ontstaan en hoe zal dit raakvlak in de toekomst evolueren?

Annelies Espeel
Onderzoekt de Chinese geneeskunde,
is medestichter van de vzw Arteconomy

DURVEN

Soms moet men gedachten in praktijk durven omzetten en moet de praktijk zich durven laten gelden.

Michel Espeel
Ondernemer en medestichter van de vzw Arteconomy

[ONT]MOETING

Wanneer kunst en economie elkaar ontmoeten, zonder te moeten, gebeurt er veel. 'Wie niet ver vooruit kijkt, gaat snel achteruit.' (Chinees spreekwoord). Arteconomy kijkt ver vooruit. Mijn motivatie om mee te werken aan Arteconomy is het mee helpen ontwikkelen van nieuwe denkpijlers voor een betere wereld door kunst en economie te verbinden. In het beleid van Arteconomy zie ik een passie en gedrevenheid om dit nieuwe idee ingang te doen vinden in onze maatschappij, het niet afgeven en de wil om te slagen.

Julie Vandenbroucke
Medestichter en voorzitter van de vzw Arteconomy

WANTED!

Bewegen is ontwikkelen.

Arteconomy wordt gezocht door mensen:

- die *op zoek zijn* naar vernieuwing, geld, creativiteit, innovatie, maatschappelijk belang...
- die *willen groeien* in creativiteit, zakelijk inzicht, maatschappelijke betekenis, zelfontwikkeling ...
- Zowel in de kunst als in de economische wereld zijn beide aanwezig. Maar de verbinding tussen beide biedt het geheel een andere en rijkere betekenis.

INTERNATIONAAL NETWERK

Arteconomy onderhoudt contacten met een internationaal netwerk van gelijkgestemde organisaties en personen. In de pioniersperiode heeft het verkennend gewerkt om zich internationaal te kunnen positioneren. Arteconomy blijft zoeken naar partners waarmee het op Europees niveau en wereldwijd projecten en uitwisselingsprogramma's gaat opzetten.

Wat volgt is een selectie:

Denemarken

- Prof. Lotte Darsø, Learning Lab Denmark of the Danish School of Education & Aarhus University
- Det Danske Kulturinstitut, Kopenhagen en Brussel

Zweden

- TILLT, Göteborg (intermediair tussen cultuur en bedrijfsleven)

Finland (Europees netwerk)

- Nurope Oasis, NOMAD European Nomadic University

Italië

- Cittadellarte, Michelangelo Pistoletto, Biella (kunstcentrum)
- Prof. Pier Luigi Sacco, IUAV Universiteit Venetië

Spanje

- Disonancias Barcelona/San Sebastian (platform voor het stimuleren van open innovatie door samenwerking tussen kunstenaars en bedrijven)

Nederland

- MAD Emergent Art Center, Eindhoven (kunstorganisatie)
- De Baak Management Centrum, Noordwijk, Driebergen, Amsterdam, Antwerpen
- Stichting Yellow Fellow, Jan Verhoeven (kunstcollectie)
- Kunstenaars en Co (kunstorganisatie)

- Kunst en Zaken (kunstorganisatie)
 - DSM, Arthur Simonetti (bedrijf)
 - Kunst en Cultuur Noord-Holland (kunstorganisatie)
- Groot-Brittannië
- Alastair Creamer, Creamer&Lloyd, London (consultant, linkt kunstenaars en bedrijven)
- Frankrijk
- IACCA, International Association of Corporate Collections of Contemporary Art
- Internationaal netwerk (wereldwijd)
- Arteconomy is lid van AACORN, Aesthetics, Creativity and Organisations Research Network

- kinderen en jongeren te stimuleren door samenwerking via drie onderwijsniveaus)
- Lid van de Innovatieraad POM West Vlaanderen
- Arteconomy was:
- 2008: Jurylid in Bozar voor de Canvascollectie
 - 2008: één van de zes boegbeelden van het *Atelier Innovatie* binnen VIA (Vlaanderen in Actie)

DE VERTEGENWOORDIGING VAN ARTECONOMY IN RADEN

Het lidmaatschap in diverse raden van bestuur en adviesraden beschouwt Arteconomy als een actieterrein voor de sensibilering van haar ideeën en expertise. In de toekomst is een uitbreiding naar de economische sector één van de prioriteiten.

- Raad van Bestuur Buda Kunstencentrum (Kortrijk)
- Raad van Bestuur Sint Lukasgalerie (Brussel)
- Raad van Bestuur Vrijstaat O (Oostende)
- Raad van Bestuur Kunstenloket (Brussel)
- Lid van de Sectorraad Kunsten en Erfgoed (administratie Cultuur, Jeugd, Sport en Media) (Brussel)
- Lid van de Commissie Beeldende Kunst Provincie West-Vlaanderen
- Meterschap Transforum (grensoverschrijdend samenwerkingsverband tussen de regio's Zuid-West-Vlaanderen en Lille Métropole)
- Partner en lid van de stuurgroep van MyMachine (project van Streekfonds West-Vlaanderen, Intercommunale Leiedal en Howest [Hogeschool West-Vlaanderen] om creativiteit bij

Beleidsopties voor de toekomst

EEN TOEKOMST VOOR ARTECONOMY

Arteconomy's intrinsieke rol als waakhond en bemiddelaar tussen kunst en economie kan niet langer samenvallen met een private of commerciële uitgangspositie. Arteconomy moet vanuit een onafhankelijke positie kunnen opereren die neutraliteit waarborgt.

Met de partners Flanders DC en BAM schreef Arteconomy een nota die wordt voorgelegd aan de Vlaamse ministers van economie, onderwijs, wetenschappelijk onderzoek, innovatie en cultuur. Het doel van deze nota is de gezamenlijke visie van bovenstaande organisaties op de samenwerking tussen economie, innovatie en cultuur over te brengen aan de bevoegde Vlaamse ministers om zo een toekomstproject voor Vlaanderen te kunnen opstarten. Daarbij streeft Arteconomy een strategisch partnership op politiek niveau na dat een aanzet en voorbeeld kan zijn voor een meer verbindingsgerichte maatschappij.

Als erkende bemiddelaar tussen kunst en economie kan Arteconomy structureel twee objectieven nastreven die elkaar wederzijds zullen beïnvloeden: reflectie over en de maatschappelijke integratie van de relatie kunst en economie.

Als spiegel van deze wisselwerking zal de structuur van de organisatie Arteconomy twee zuilen overkoepelen. Het conceptuele kader van kunst en economie zal in samenwerking met een academische partner omlind en uitgediept worden. Daarnaast zal Arteconomy haar concrete werking voortzetten en uitbouwen waar mogelijk met andere partners.

EEN STERK CONCEPTUEEL KADER

De projecten die Arteconomy in het verleden heeft opgezet en gevolgd, bleken maar al te vaak een vruchtbare bodem voor artistiek, economisch en sociologisch onderzoek. In de voorbije zeven

jaar heeft Arteconomy dan ook een traditie van onderzoek uitgebouwd. Tot nu toe heeft het deze opdrachten steeds uitbesteed aan een onderwijsinstelling. Om de opgedane expertise inzake kunst en economie zonder onderbreking en over de hele lijn in onderzoeksoutput te vertalen en die te toetsen aan bestaande literatuur, zoekt Arteconomy een academische partner waarmee het een kenniscentrum voor kunst en economie kan uitbouwen. Zodoende zou het conceptuele luik van Arteconomy in een universiteit kunnen opgaan. Bovendien zou er een interessante wisselwerking kunnen bestaan met projecten die in het kader van een hypothetisch onderzoek worden ingericht. De academische wereld en Arteconomy kunnen samen een innovatief onderzoeksdomein ontginnen over de grenzen van bestaande faculteiten en van onderzoek en onderwijs heen.

Studie en onderzoek

Waar tot op heden in studies vooral concrete vraagstukken werden behandeld die in de poel van projecten aan de oppervlakte kwamen drijven, put Arteconomy ook uit een multi-disciplinair, theoretisch kennisdomein om haar werking conceptueel te onderbouwen. In een volgende fase wil Arteconomy dit kennisdomein in kaart brengen en er zelf toe bijdragen. Interessante perspectieven voor onderzoek liggen bijvoorbeeld in een studie naar de mogelijke valkuilen die een samenwerking tussen de kunstwereld en de economische wereld in het huidige maatschappelijke klimaat met zich meebrengt.

Als kenniscentrum zou Arteconomy studie en onderzoek in het domein van kunst en economie kunnen verzamelen, coördineren, voeden en sturen.

Onderwijs: een masteropleiding voor kunstenaars én bedrijfsmensen

Arteconomy heeft ideeën voor een (master)opleiding die zich richt op studenten die zowel uit de kunst- en creatieve wereld als uit het bedrijfsleven komen en dus een gecombineerd diploma of getuigschrift kunnen behalen. De docenten komen uit verschillende werelden. De materie die aan bod komt heeft betrekking op beide domeinen, maar ook en vooral op de innovatieve mogelijk-

heden die een zuiver contact tussen beide werelden toelaat. Op die manier kan al binnen het kader van een opleiding een duurzame kruisbestuiving plaatsgrijpen die kan leiden tot verregaande maatschappelijke ontwikkelingen.

DE MAATSCHAPPELIJKE INTEGRATIE VAN DE RELATIE KUNST EN ECONOMIE

Strategisch partnership tussen kunst en economie

Met het oog op de 21ste eeuw en de globale economische crisis fris in het geheugen, beschouwt Arteconomy het strategisch partnership tussen kunst en economie als een essentieel onderdeel van de toekomstige bedrijfsstrategie. Hierbij verwijzen we naar de weg die HR gevolgd heeft in het bedrijfsleven, van een opportuiniteit tot een strategische schakel in het bedrijf. Vandaag is de samenwerking tussen een ondernemer en een kunstenaar nog een fragiel gegeven. De kunstenaar is afhankelijk van de *goodwill* van de ondernemer of van de opportuiniteit van het moment. Wat gebeurt er met de bestaande samenwerking tussen een bedrijf en kunstenaars wanneer een bedrijf overgenomen wordt? Pas als deze samenwerking deel uitmaakt van de bedrijfsstrategie als vorm van *Creative Resources* krijgt het een volwaardige plaats naast de productie, marketing en HR. De samenwerking van de onderneming met de kunstenaar wordt dan een deel van het kapitaal van het bedrijf.

Maar ook binnen de kunstwereld opent een strategisch partnership met de economie of bedrijfswereld nieuwe perspectieven. Tot op heden wordt de economie ofwel geschuwd ofwel gebruikt (lees: geïnstrumentaliseerd) als sponsor of 'geldschieter van het moment'. Een economische speler als verschaffer van technische en menselijke opportuiniteit voor de kunstwereld opent een duurzame relatie waarin de economie een cruciale plaats inneemt naast of binnen de opleiding en research van de kunstenaar of het instituut.

Verbinding economisch waarden

Verbinding economisch waarden betekent dat we gebruik maken van geld (het vergelden). Geld is een papieren of metalen betaalmid-

del dat uitwisseling van goederen mogelijk maakt zonder directe ruil. Het heeft verschillende functies: het is een betaalmiddel, een rekenmiddel en een opslagmedium voor economische waarde. Het grote voordeel ervan is dat het een stuk eenvoudiger is dan ruilhandel.

De uniformiteit ervan leidt bovendien tot grote efficiëntie, maar boet tegelijk aan veerkracht in. Het betalingsmechanisme in een maatschappij met één munteenheid (bvb. de euro in Europa) loopt efficiënter dan in een economisch netwerk met meerdere munteenheden. Maar bij een grote economische crisis biedt dit onvoldoende veerkracht. Het betalingsmechanisme van een maatschappij met meerdere munteenheden laat meer mogelijkheden tot economisch handelen toe. Het WIR in Zwitserland is daar een mooi voorbeeld van. Het WIR ontstond in 1934 naast de officiële Zwitserse Frank, als *business-to-business* complementair geld. Zestigduizend bedrijven (een kwart van alle Zwitserse bedrijven) maken er tot op vandaag gebruik van met een jaarlijks volume van (omgerekend) twee miljard dollar.

De *Lewes Pound* in het Verenigd Koninkrijk en de *Baroon Dollar* in Australië zijn voorbeelden van complementair geld die mensen aansporen om in de lokale economie te investeren. Op die manier brengt men de beslissingsmacht terug in de eigen regio en creëert men werkgelegenheid. Dit alles met de zuivere bedoeling om complementair te zijn; niet om te vervangen of op zichzelf terug te plooiën. Integendeel. Dit inzicht biedt kansen. Om de verbinding tussen economie en kunst te vergelden zou Arteconomy een nieuwe munteenheid complementair kunnen aanbieden. Op zijn beurt zou dergelijk complementair muntstelsel extra dynamiek brengen in de verbinding.¹

Nieuwe formats voor de toekomst

De maatschappij evolueert voortdurend waardoor nieuwe behoeften ontstaan die een belangrijke rol zullen spelen in het ontwikkelen van nieuwe samenwerkingsvormen. Arteconomy zal op deze behoeften inspelen met nieuwe formats. Op korte termijn zijn de volgende accenten belangrijk:

1. Dit is een bijdrage van Piet Grymonprez, valorisatiemanager bij HOWEST University.

Het wederzijds uitwisselen van organisatorische modellen tussen kunstorganisaties en de bedrijfswereld:

- Beide werelden hanteren in de praktijk interessante managementstijlen en businessmodellen. De uitwisseling ervan kan voor beide een inspiratiebron zijn. In de kunstwereld heeft men vaak te weinig besef van zijn inspirerende bedrijfsorganisatorische aanpak en heeft men het moeilijk om zijn 'model' naar buiten te brengen. Het is belangrijk om die te detecteren en uit te wisselen met de economie. Uiteraard is een uitwisseling in omgekeerde richting eveneens noodzakelijk. Arteconomy wil het uitwisselen van managementstijlen en businessmodellen tussen de kunst- en bedrijfswereld vanuit verbinding aanpakken zodat een wederzijdse bevruchting en bewustwording ontstaat. Op macroniveau wil Arteconomy sponsoring herbekijken vanuit verbinding wat een duurzame relatie veronderstelt.

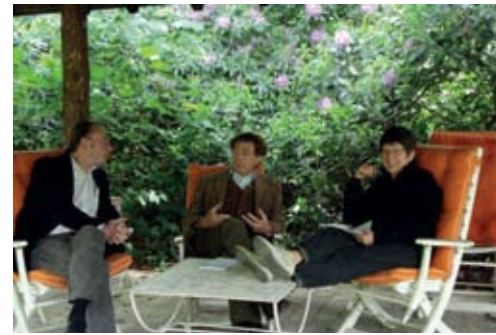
Dienstverlening voor bedrijven door kunstenaars en omgekeerd:

- Naast de researchprojecten die Arteconomy in haar pioniersperiode heeft opgezet wil het in de toekomst 'opdrachten' voor kunstenaars door bedrijven en omgekeerd onderzoeken en opzetten. Die richten zich eerder op kortetermijnjobs of samenwerkingen met een 'duidelijk omschreven opdracht' die een concreet resultaat nastreven. De ene partij doet dan een beroep op de deskundigheid van de andere en betaalt daarvoor een gepaste vergoeding. Mogelijke vormen van tewerkstelling of het inzetten van kunstenaars of bedrijven bij productie, dienstverlening of bemiddeling moeten daarop getest worden.

Een grotere differentiatie van het kunstmedium in samenwerkingen:

- De beeldende kunstenaar was in de researchprojecten meer aanwezig dan andere kunstmedia. In de toekomst wil Arteconomy een grotere differentiëring van het kunstmedium in haar projecten bewerkstelligen. Een grotere variatie aan kunstdisciplines laat toe om op uiteenlopende manieren aan de gestelde behoeften te beantwoorden.





VOORoorDEEL

De woorden die verschenen in <H>ART werden gekozen door ondernemers, kunstenaars en organisaties om de relatie tussen kunst en economie te typeren. Ze leiden de verschillende delen van deze publicatie in. De uitleg die de bedenkers aan deze woorden meegaven, vindt u in dit overzicht.

De kunst- en de ondernemingswereld flirtten graag met elkaar maar vertrekken vanuit het vooroordeel dat ze tot twee verschillende werelden behoren. Elk vindt zijn wereld 'beter' dan de andere en toch hunkeren en lonken ze naar elkaar. Arteconomy rekent af met deze clichématige a-priori's. De activiteiten van Arteconomy baden in een sfeer van onbevungen onderzoek en zelfkritiek, waar één wereld met twee aspecten zichzelf herontdekt; een verrijkende symbiose.

Jan Leysen
ondernemer/advocaat,
LVD advocatenkantoor

EINDRESULTAAT

Tijdens een korte observatie in een eerste bezoek aan VdS Weaving, merkten we dat de arbeiders van het bedrijf werken aan een product waar zij zelf nooit het eindresultaat van zien. Als kunstenaars werken wij dagelijks aan een proces en naar een eindresultaat toe. Het overschouwen van een eigen creatie, een arbeid waar energie, tijd, bloed, zweet en tranen zijn ingegaan, geeft volgens ons een voldoening die menselijk en nodig is om het bestaan zin te geven. Vanuit die gedachte willen we te werk gaan.

Sarah Deboosere en
Charles Blondeel
kunstenaars

ACTIE – REACTIE

Als een voorwerp een kracht op een ander voorwerp uitoefent, gaat deze kracht gepaard met een even grote, maar tegengestelde kracht. Dit wordt algemeen begrepen als de derde wet van Newton ofwel de wet 'actie = reactie'. Op het moment dat kunst de deur van een bedrijf intrapt en economie de kunst de spiegel van de realiteit voorhoudt, ontstaat er een wereld van nieuwe mogelijkheden. Arteconomy speelt een belangrijke pioniersrol in dit onderzoek. Wat kan er uit die twee werelden ontstaan en hoe zal dit raakvlak in de toekomst evolueren?

Kris Vleeschouwer
kunstenaar

DOORBRAAK

Een doorbraak is een grote of belangrijke stap vooruit zetten. Een doorbraak is een resultaat van de combinatie visie en uitvoering. Een doorbraak is een enorme hefboom op voldoening en succes en werkt stimulerend op de omgeving. Arteconomy werkt inspirerend in het creëren van doorbraken al moet je deze soms forceren. Maar “doorbreken” geeft in ieder geval het gevoel van vooruit te gaan.

Manu Tuytens, ondernemer
Concordia Textiles

WANTED!

Arteconomy wordt gezocht door mensen:

- die ‘op zoek zijn naar’ vernieuwing, geld, creativiteit, innovatie, maatschappelijk belang...
- die willen ‘groeien in’ creativiteit, zakelijk inzicht, maatschappelijke betekenis, zelfontwikkeling ...

Beide zijn aanwezig zowel in de kunst als in de economische wereld. De verbinding tussen beiden verrijkt hen en het geheel.

Julie Vandenbroucke
voorzitter Arteconomy

[ON]GEDULD

Omdat het tergend is te zien hoe weinig ruimte creativiteit en verbeelding krijgen. Arteconomy heeft het geduld om creativiteit in alle gebieden te waarderen en aan te wakkeren. Ze scheidt een platform waar ze elkaar kunnen en willen versterken. Door de gangbare uitwisseling (bvb. simpele sponsoring, evenementen) tussen deze actoren aan te kaarten en in vraag te stellen, heeft Arteconomy een ongeduldige dynamiek ontwikkeld waarmee het op alle gebieden pleit voor een inhoudelijke en fundamentele uitwisseling. Arteconomy is ervan overtuigd dat een kleine verandering een begin is maar tegelijkertijd een schamelijke start. (Her)begin.

Els Opsomer
kunstenaar

POLITIEK

Omdat kunst en economie beide impact kunnen en moeten hebben op de organisatie van de maatschappij, op de organisatie van de verbindingen die onze res publica vormen. Economie maakt daarbij relaties mogelijk door uitwisselbaarheid en de kunst staat extreem voor de ruimte van het specifieke, andersmogelijke, niet uitwisselbare, niet productiegerichte.

Bart De Baere
directeur MuHka

BRONNEN, LITERATUUR EN WEB

Inspiratie en informatie voor dit katern haalden we o.a. uit:

1. Boek *Kunstenars en Ondernemers, een nieuwe relatie*
2. Studie Vlerick + keynotes *Case Arteconomy – een brug slaan tussen kunst en ondernemerschap: Vlaamse ondernemers stimuleren creativiteit en innovatie via kunst*
3. Studie RUGent *Kunstbedrijf/Bedrijfskunst*
4. Studie Ivok *De kunstenaar in het bedrijf*
5. Evaluatie Glassworks
6. Evaluatie Domotic.Lab
7. Evaluatie Concordia Textiles
8. Evaluatie Promo Fashion
9. Evaluatie VdS Weaving
10. Cahier Atelier 36
11. Rapport Atelier 64
12. Verslag proefproject *Creatie in het economisch netwerk (BAM)*
13. Persmap Arteconomy
14. Projectendag Arteconomy
15. Thesis Kim Deconinck *Kan de creativiteit bij werknemers beïnvloed worden door projecten met kunstenaars?*
16. Thesis Sophie Desmyter *De samenwerking tussen kunst en economie*
17. Thesis Caroline Van der Linden *Aesthetic Intelligence, applied to leadership*
18. Boek *Walk with me*
19. Boek *Verbondenheid*, Ferdinand Cuvelier
20. Boek *Vorm is leegte, leegte is vorm*, Thich Nhat Hanh
21. Gesprekken met Peter Bassens

22. *Arteconomy in staat van verbinding*, Creaddenda
23. *Arteconomy makes the connection*, in *Art-e-conomy, a cultural platform*, Marko Stamenkovic
24. Created in Noord-Holland
25. *Samen werkt! Case Domotic.lab*, Uit Marketing, EM-Cultuur

Aanverwante en aangeraden literatuur:

1. Paolo Virno, *Grammatica della moltitudine : per una analisi delle forme di vita contemporanea*, 2002, Roma, Derive Approdi
2. Richard Florida, *The Rise of the creative class*, 2002, Basic Books
3. Daniel H. Pink, *A whole new mind*, 2006, Riverhead Books
4. Lotte Darsø, *Artful Creation Learning-Tales of Arts-In-Business*, 2004, Samfundslitteratur
5. Peter M.Senge, *The fifth discipline, The art & practice of the learning organisation*, 1990 – 2006, Random House Business Books
6. Pascal Gielen en Rudi Laermans, *Een omgeving voor actuele Kunst, een toekomstperspectief voor het beeldende-kunstenaarslandschap in Vlaanderen*, 2004, Lannoo, Tielt
7. Pascal Gielen, *Het Gemurmel van de Artistieke Menigte, over Kunst en Post-Fordisme*, Oratie 7 maart 2008 Hogeschool voor de Kunsten, Tilburg
8. Ferdinand Cuvelier, *Verbondenheid, het ontstaan van de menselijke relaties*, 1998, Pelckmans-Agora

9. Thich Nhat Hanh, *Vorm is leegte, leegte is vorm. Commentaar op het Prajnaparamita hartsoetra*, 1993, Zen-uitgeverij, Lautzerath
10. red. Louwrien Weijers, *Art meets Science and Spirituality in a changing Economy*, SDU publishers, 's Gravenhage
11. Boltanski, L. en Thévenot, *De la justification. Les économies de la grandeur*, 1991, Parijs, Gallimard

Websites:

- Arteconomy www.arteconomy.be
- BAM www.bamart.be
- Kris Vleeschouwer www.anniegentilsgallery.com
- Sarah & Charles www.charlessarah.com
- Anouk De Clercq www.portapak.be
- Els Opsomer www.ernahecey.com/uk/els_opso-mer_works.php
- Michaël Aerts www.michaelaerts.com
- Sophie De Somere www.ontroerendgoed.be
- Michelle Adriaense www.spoor13.be
- Kris Verdonck www.margaritaproduction.be/_nl/kris_verdonck/intro.html
- Eric Joris www.crewonline.org/crew.html
- Yves Coussement www.yvescoussement.com
- Ugo Dehaes www.kwaadbloed.com
- Rudi Bogaerts www.rudibogaerts.com
- Narcisse Tordoir www.narcissetordoir.com
- Tim Segers www.hanstheys.be/artists/tim_segers/
- Angelo Vermeulen www.angelovermeulen.net
- Lieven Paelinck <http://www.bamart.be/persons/detail/nl/169>
- Pieter Vermeersch www.pietervermeersch.be
- Katrin Deconinck www.katrin-dekoninck.com
- F.man www.Fman.be
- Luc De Backer www.lucdebacker.com
- Concordia Textiles www.concordiatextiles.com
- LVDadvocatenkantoor www.lvda.be
- Promo Fashion www.promofashion.be
- De Walhoeve www.dewalhoeve.be
- Vuurwerk Rupelstreek www.vuurwerk2009.be
- Provincie Antwerpen www.provant.be
- Bedrijfscentrum Hoek 76 www.hoek76.be
- Siemens w1.siemens.com
- VdS Weaving www.vdsweaving.com
- Domotic.Lounge www.domotic-lounge.be
- Buda Kunstencentrum www.budakortrijk.be
- Indie group www.indiegroup.be
- dZine www.dzine.be
- Traficon www.traficon.com

- Netlash
www.netlash.com
- One Agency
www.one-agency.be
- plugMedia
www.plugmedia.be
- Dreams and Creations
www.dreamsandcreations.be
- Sint-Lucas Architectuur
www.architectuur.sintlucas.wenk.be
- Ivok
<http://associatie.kuleuven.be/ivok>
- Vlerick Management School
www.vlerick.be
- Innowiz
www.innowiz.be
- Flanders DC
www.flandersdc.be

COLOFON

Hoofdredactie en coördinatie
Charlotte Bonduel

Eindredactie
Charlotte Bonduel
Marc Ruyters

Werkten mee aan de inhoud
van deze publicatie
Pascal Gielen
Piet Grymonprez
Kris Vleeschouwer
Julie Vandenbroucke
Marianne Verkest

Werkten verder mee
Yolande De Bontridder
Anne Decock
Paul Desmedt
Annelies Espeel
Michel Espeel
Anna Geukens
Stefan Nussbaum
Els Opsomer
Mirjam Tas

Foto's
Igor Byttebier
Honoré d'O
Jonathan Levy
Pieter Michiels
Marianne Verkest

Druk
Joh. Enschede, Brussel

Vormgeving
Studio Luc Derycke, Gent

Verantwoordelijke uitgever
Arteconomy vzw
Kuipebosstraat 6
8880 Sint-Eloois-Winkel

Niets uit deze uitgave mag worden
verveelvoudigd of openbaar
gemaakt zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de
verantwoordelijke uitgever.