

KUNST *werkt*



KUNSTwerkt! bedrijven en kunstenaars samen rond de tafel

Succesvolle ondernemers zijn doorgaans creatief. Maar de huidige economische recessie vraagt om meer. De noodzaak om met inventieve ingrepen de bedrijfsvoering nog verder te optimaliseren, wordt steeds groter. Voor dit soort aanpassingen heb je vrijdenkers nodig, en creatieve beeldkracht. Waar je die kan vinden? ... bij kunstenaars!

In de overtuiging dat kunstenaars een wezenlijke betekenis voor het bedrijfsleven kunnen hebben, nam KCG, het Gelders kenniscentrum voor kunst en cultuur, het initiatief om beide partijen met elkaar in contact te brengen. Samen met Marlies Leupen die een eigen projectbureau runt en voorzitter is van de Gemeenschap Beeldende Kunstenaars (GBK), ontwikkelde Erna aan de Stegge, adviseur beeldende kunst bij KCG, een proefproject met de titel KUNSTwerkt. Want hoewel zakenlieden en kunstenaars wat betreft mentaliteit en beroepsuitoefening veel gemeen hebben, blijkt in de praktijk hun leefwereld toch meestal strikt gescheiden. Dat werd scherp duidelijk toen een oproep tot deelname aan de pilot via de Kamer van Koophandel en het MKB aanvankelijk onbeantwoord bleef. Aan de Stegge en Leupen moesten er actief op uit om ondernemers te interesseren voor een samenwerkingsproject met kunstenaars. Maar toen kwamen er al snel enthousiaste reacties.

Win-win

De beoogde doelstelling van dit pilotproject is drieledig. Ten eerste wil men Gelderse bedrijven laten kennismaken met het creatieve vermogen van kunstenaars. Ten tweede hoopt men kunstenaars met KUNSTwerkt een kans te bieden om hun werkterrein te

verbreden. En tot slot wil KCG met het oog op de toekomst ervaring opdoen met de manier waarop men kunstenaars en bedrijven aan elkaar kan koppelen zodat er voor iedereen, om het maar in geijkt managementjargon uit te drukken, een heuse win-winsituatie ontstaat: de kunstenaar verzilvert zijn verbeeldingskracht, het bedrijf innoveert.

Avontuur van de verbeelding

Een eerste en belangrijke stap was natuurlijk om een aantal bedrijven te selecteren en deze te matchen met een geschikte kunstenaar. Hiertoe zochten Aan de Stegge en Leupen contact met ondernemers die bijvoorbeeld een nieuw product willen ontwikkelen, of op zoek zijn naar uitbreiding van hun afzetgebied of zelfs naar een nieuwe markt. Of die denken over veranderingen in de organisatie van hun bedrijf. Kortom, bedrijven die baat zouden kunnen hebben bij een originele en verrassende kijk op hun specifieke vraagstelling. Er worden uiteindelijk vier ondernemingen voor de pilot uitgenodigd: Burgers' Zoo en Café Brasserie Dudok, beide uit Arnhem, Deko Steenzagerij BV uit Elst en Camping en vakantiepark het Wieskamp gevestigd in Winterswijk. De vraagstukken die de ondernemers voor de kunstenaars in petto hebben, lopen behoorlijk uiteen.

Alex van Hooff, directeur van Burgers' Zoo heeft er eigenlijk drie. Zowel het voorplein bij de entree als de route naar het Safari Meeting Centre, een conferentieruimte voor zakelijke bezoekers, zijn aan een heroverweging toe. Verder zou hij kunstenaars willen betrekken bij het vergroten van de educatieve impact van de Future for Nature Awards, een prestigieuze prijs voor getalenteerde jonge mensen die zich overal ter wereld inzetten voor de bescherming van bedreigde wilde plant- en diersoorten.

DEKO Steenzagerij BV is een internationaal georiënteerde onderneming, gespecialiseerd in de verwerking van bakstenen en dakpannen tot iedere gewenste vorm. Een bedrijf uniek in zijn soort, maar eigenaar Frank Jansen zou de bestaande producten graag wegzetten in een ruimere markt of nieuw afzetgebied.

Robert Wittenberg, directeur van Dudok, ziet zijn café brasserie het liefst als de huiskamer van Arnhem. Hij wil graag een ontmoetingsplaats bieden aan kunstenaars,

journalisten en politici en zijn bedrijfsvoering focussen op verbindingen met de stad. In het achtjarig bestaan hebben er al heel wat culturele initiatieven onderdak gevonden bij Dudok. Binnenkort kan men zelfs blijven slapen in een van de zeven Dudok-studio's in de buurt. Niettemin zouden samenhang en uitstraling van zijn visie versterkt kunnen worden en daar zou Wittenberg graag kunstenaars bij betrekken.

De gebroeders Mark en Rob van Dam beheren een camping in het prachtige coulissenlandschap van de Achterhoek dat is aangewezen als Nationaal Landschap Winterwijk. Maar zij zijn niet de enigen. Hamvraag is dan ook: hoe kunnen ze zich met hun vakantiepark onderscheiden van de twaalf omliggende campings?

KCG heeft bij elk van deze vier bedrijven drie kunstenaars gezocht, die op grond van hun werk iets zouden kunnen betekenen voor de vraagstelling van de ondernemer. Met de bedrijven is afgesproken dat zij na een intensieve kennismakingsdag beslissen met wie van de drie ze Het Avontuur van de Verbeelding zullen aangaan...

Attractie van wereldformaat

De kennismaking tussen beide partijen moet een bijzonder karakter krijgen. Daarom wordt gezocht naar een inspirerende plek. En zo vertrekt op 15 september een kleurrijk gezelschap per bus vanuit Gelderland naar Landschapspark Duisburg-Nord, inclusief reisleader in de persoon van beeldend kunstenaar Hans Jongerius. Zijn specialisme is het hoe en waarom van het hedendaagse landschap; hij heeft een scherp oog voor juist die karakteristieken in de omgeving waaraan de gemiddelde burger voorbijgaat. De gekozen bestemming maakt de kennismakingsdag tevens tot studiereis in een gebied dat exemplarisch is voor wat een andere kijk teweeg kan brengen. Landschapspark Duisburg-Nord¹ is daar een sterk voorbeeld van. In 1985 gingen staalfabriek en hoogovencomplex dicht wegens overcapaciteit op de Europese staalmarkt. De sloop zou 28 miljoen D-mark kosten. Voor de helft van de geraamde kosten echter werd het terrein omgetoverd tot landschapspark. In de voormalige gashouder zwemmen nu duikers rond. De massieve metershoge betonnen muren van de ertsbunkers worden gebruikt als klimwand en het is ronduit spectaculair om tussen het bonkige roest van de

hoogoven naar boven te klauteren, met als extra bonus het weidse uitzicht. Daarbij is de 'Industrienatur' nog een fenomeen op zich. 'Plantaardig bewind' zijn hier geen loze woorden: met onvoorstelbare kracht perst de plantenwereld zich door staal en beton naar het zonlicht. Aldus werd een gedoemde plek een attractie van wereldformaat met maar liefst 800.000 bezoekers per jaar.

Kaffee und kuchen

Na de 'Kaffee und Kuchen' bij aankomst in de tot theaterzaal omgebouwde compressorhal, treden de kunstenaars voor het voetlicht. Drie minuten krijgen ze om zich te presenteren, en gespreksleider Leupen is streng. Het verschil is opvallend, sommigen lijken zich pas ter plekke te realiseren hoe kort de beschikbare tijd is, anderen hebben thuis met de keukenwekker geoefend en hun presentatie al enigszins afgestemd op de vraagstelling. Los daarvan vormt de reeks kunstwerken en projecten die de revue passeert, een verrassende en inspirerende staalkaart van wat de kunst vermag. We zien kunstwerken van brons en staal, van karton, en zelfs van oud brood, vangrails en likstenen voor het vee. Er komen beelden voorbij van een grootschalig landschapsproject bij de Hollandse waterlinie, van een limonade- en ijsbar, een reuzenpinguïn in de middenberm van de snelweg, van tekeningen van bomen die begrippen als 'vertrouwen' verbeelden, van een kunstenaar die in soldatenpak het Worldtradecenter in Rotterdam 'abseilt', van een Japanse geisha die in vol ornaat plots op driehoog voor het raam van een verzorgingshuis verschijnt en vriendelijk naar de hoogverbaasde bejaarden zwaait... Hoogste tijd om met de ondernemers rond de tafel te gaan.

Vertrouwen

Ook bij de nadere kennismaking blijkt dat de ene kunstenaar de dag blanco ingaat en de andere zich terdege heeft voorbereid. Sommigen hebben het bedrijf waaraan ze zijn gekoppeld al bezocht en er goed rondgekeken. Onmiskkenbaar versoepelt dat de gedachtewisseling. Hun vragen aan de ondernemers zijn gericht en hun kennis van de situatie ter plekke vergemakkelijkt het brainstormen. Andersom geldt eigenlijk hetzelfde, naarmate de vraagstelling van de ondernemer duidelijker is - wat niet hetzelfde is als eenvoudiger! - kunnen de kunstenaars zich beter een

beeld vormen van wat van hen wordt gevraagd en in welke richting ze kunnen denken. Zo leek het Frank Jansen van DEKO in de voorbereidende gesprekken vooral te doen om de uitbreiding van de markt. Maar gaandeweg blijkt hij eigenlijk een heel andere vraag te hebben. Dat maakt de eerste werksessie niet eenvoudig; het staat een soepele match met de kunstenaars aanvankelijk zelfs in de weg. Tijdens de voorstellingsronde van de ondernemers wordt duidelijk dat de bedrijfscultuur zelf de kwestie is. Frank Jansen mist het gezellige familiegevoel van vroeger in zijn bedrijf en wil heel graag dat zijn personeel - ook na de gerealiseerde schaalvergroting - met plezier naar het werk gaat. De verschillende talen en dialecten binnen het bedrijf maken de communicatie op zijn zachtst gezegd niet eenvoudiger.

Zijn hartenkreet raakt een snaar bij een kunstenaar die op grond van haar werk aan Dudok was gekoppeld. Anook Cléonne Visser stelt haar verbeeldingskracht vaker ten dienste van bedrijven en organisaties ter verbetering van het onderling vertrouwen. Zij beschouwt de vraag van Jansen als een uitdaging en geeft aan met hem verder te willen praten. Aan de tafel van de campingploeg vertellen de gebroeders Van Dam gepassioneerd over hun onderneming. 'We zitten elke zondag op kantoor om nieuwe dingen te bedenken.' Ze benadrukken dat hun vraag aan de kunstenaars niet draait om winstoptimalisatie. Feitelijk gaat het om de identiteit en het imago van hun bedrijf, ze willen hun campinggasten een andere, authentieke beleving bieden. Niet zomaar een ander sausje, maar een verandering die uiteindelijk tot in de haarvaten van hun onderneming zal kruipen. Ook voor Dudok-directeur Robert Wittenberg is winst niet de eerste drijfveer om aan deze pilot te willen deelnemen. Zijn motief is toch vooral nieuwsgierigheid naar wat een kunstenaar als sparringpartner kan betekenen in het denken over de koers van zijn bedrijf. Ondertussen wordt aan de tafel van Burgers' Zoo druk gediscussieerd over de logistiek complexe situatie bij de entree van het park en de routing, over eyecatchers en fotografiemomenten.

Fantasie

Tijdens de lunch en een rondgang over het terrein van het Landschapspark gaan de gesprekken onverminderd voort. Na een korte sessie waarin de ondernemers hun bedrijf voor het voltallige gezelschap

presenteren en hun indruk geven van de eerste gesprekken, gaat men opnieuw rond de tafel om de vraagstelling zo scherp mogelijk in beeld te krijgen. Daarna volgt de laatste werkronde onder de noemer 'creatieve associatie'. Bedoeling is dat de kunstenaars in samenwerking met de ondernemers een bedrijfsportret maken waarin de indrukken van de dag zijn verwerkt. De portretten zullen plenair worden getoond.

De gebroeders Van Dam zijn helemaal gegrepen door de atmosfeer van het voormalige hoogovencomplex: 'Stel je voor dat je hier een camping zou kunnen beginnen!!?' Die fantasie hebben de kunstenaars meteen in beeld gebracht. Op de foto zien we de broers 'kamperen' in het roestig industriële decor. Het bedrijfsportret van DEKO toont eigenaar Frank Jansen in stoere, enigszins onverzettelijke houding voor een donkere muur van baksteen - waar wel het licht doorheen schijnt. De vraagstelling van Dudok is symbolisch verbeeld met een cirkel in het grind waar mensen in- en uitstappen. En de ploeg van Burgers' Zoo heeft nog eens goed gekeken naar de routing en eyecatchers van het Landschapspark en deze gefotografeerd.

Aan het diner wordt druk nagepraat. Sommige ondernemers hadden graag nog wat langer met de kunstenaars afzonderlijk gesproken. Een enkeling vond het programma wat te strak gericht op het concretiseren van de vraagstelling. Maar over het algemeen is men heel enthousiast en hebben zowel ondernemers als kunstenaars de kennismakingsdag als zeer inspirerend ervaren. De gebroeders van Dam zijn vast van plan om eens met de directie van Landschapspark Duisburg-Nord te gaan praten.

De beslissing

Een kleine twee weken na de kennismakingsdag zijn de kaarten geschud en hebben de ondernemers laten weten met welke kunstenaar(s) ze het vervolgtraject ingaan. Burgers' Zoo kiest voor Albert Dedden en Paul Keizer alias de Space Cowboys. Robert Wittenberg van Dudok zal verder gaan met Sander Luske. Steenzagerij DEKO gaat het avontuur aan met Anook Cléonne Visser. En Niek Verschoor tot slot zal onderzoeken hoe Camping het Wieskamp zich wezenlijk kan onderscheiden van al die andere campings in de omgeving van Winterswijk. Het hele traject beslaat twee fases. Een oriënterende periode van ongeveer een

maand die - als alles goed gaat - wordt afgesloten met een opdrachtovereenkomst tussen de kunstenaar en de ondernemer. Daarna volgt de fase van ontwerp of ontwikkeling en uitvoering. Ervaren vakmensen coachen de bedrijven en kunstenaars. Alle ervaringen worden in een logboek bijgehouden. Projectleider Marlies Leupen houdt de vinger aan de pols en bewaakt de voortgang. Februari 2012 staat de presentatie van de (tussentijdse) resultaten op het programma. Dan wordt ook gekeken in welke vorm de bedrijvensector en de cultuursector na deze eerste stap met elkaar in contact kunnen blijven ...

Marie-José van Beckhoven
oktober 2011

Deelnemers KUNSTwerkt:

Ondernemers: Burgers' Zoo (Arnhem), Café Brasserie Dudok (Arnhem), Deko Steenzagerij BV (Elst), Camping het Wieskamp (Winterswijk)

Kunstenaars: Andy ten Broek, Erik Buijs, Paul Dedden & Albert Keizer, Marcel Kronenburg, Sjaak Langenberg & Rosé de Beer, Bram van Leeuwenstein, Sander Luske, Erick de Lyon, Niek Verschoor, Anook Cléonne Visser e.a.

Organisatie KUNSTwerkt:

Initiatief: Erna aan de Stegge (KCG)
Projectleiding: Marlies Leupen
Advisering: Ruud-Jan Kokke

ⁱ Het Ruhrgebied heeft een roerig verleden. Anderhalve eeuw geleden was het nog een dunbevolkte, armzalige streek met heidevelden en zandgronden. Maar wél met steenkool in de grond. Toen die in de eerste helft van de 19de eeuw toegankelijk werd, brak de Industriële Revolutie aan en veranderde het gebied in korte tijd in de grootste industriemetropool van Europa. Op het hoogtepunt woonden er zo'n zes miljoen mensen. De geschiedenis is bekend: in de jaren zestig kelderde de vraag naar steenkool en keerde het tij. Mijnen gingen dicht, veel hoogovencomplexen sloten de poorten, fabrieken raakten in verval. De werkeloosheid steeg schrikbarend met alle problemen van dien en mensen trokken weg. Desondanks is het niet enkel teloorgang die de recente geschiedenis tekent – in tegendeel zoals we op deze dag zouden ervaren. Een cruciale rol daarin speelde de Internationale Bauausstellung (IBA) Emscherpark 1989-1999 onder leiding van Karl Ganser. Hij was de aanjager van het idee om het uitgeputte industriële landschap bij de Emscher – een gebied van pakweg 800 vierkante kilometer - als park én in samenhang te beschouwen. Een verrassend en radicaal concept dat er toe leidde dat het gebied veranderde in een toeristische trekpleister. Veel voormalige fabrieken en industriecomplexen kregen een nieuwe bestemming en werden beschermd monument of staan nu zelfs op de Werelderfgoedlijst van de Unesco.