

Wat als
cultuur en
ondernemen
hand in hand
gaan?

BREEK
UIT JE
BUBBEL

ER
IS
IETS
OP
TIL

VERRUIM
JE BLIK

#CULTUURVERBINDT

KRIK JE KENNIS OP

“

Zie je ze
rennen over de
weidse vlaktes,
ondernemers en
kunstenaars, zij
aan zij galloperend.
De winds of change
in hun haar.

**Marjan
De Ridder**
woordkunstenaar

Stel
dat je
iemand
wil

VERLEIDEN

Lees je rijk.
Lees je verliefd.
En vooral: droom,
durf en doe. Wij geven
jou de inspiratie,
alvast wat kleine zetjes.
En, we wensen je
een grote portie lef.



oe doe jij dat? Met een streep lippenstift ... Een blik van intelligentie, in de vorm van een weetje. Of, een plotse aanraking. Of probeer je wat te *smizen*, achter een medisch stukje stof.

Amerikaans psycholoog Arthur Aron stelde 40 vragen op die je verliefd maken. Stel de vragen op een eerste date. En je trippelt na een half uur hand in hand door de straten. OP/TIL deed hetzelfde. Wij stelden 80 pagina's op, vol tips. Met citaten van ervaringsdeskundigen.

De ene nodigt je uit schroom te verliezen, de andere gelooft in de trage aanpak. Iemand zweert bij een fles rode wijn of spoort je aan te communiceren, los van taal. Door samen iets te doen. Het kan ook onstuimiger. Thomas maant je aan de deur in te beuken. Verleiden doe je dan met een knap idee, vanuit passie, en met een vurig voorstel.

Of je kan wachten. Profit en non-profit zullen sowieso naar elkaar toegroeien. Zeg dat Maarten het gezegd heeft. Ook een kunstenaar is een ondernemer. Toch? Wij gaan daar alvast vanuit. En die kunstenaar, of cultuurmaker, die mag best nog wat bijleren. Over prijszetting, over de markt, over zich verkopen. Hoor ik je slikken? Toch geen vieze woorden. Wen er maar aan.

Wat ons interesseert, ligt nog een eindje verder, nog wat dichterbij de horizon. Daar waar aarde en lucht elkaar raken.

Wij geloven in warme verbindingen, in het uitwisselen van *skills*, data en contacten. Als jij mij de cijfers van je marketing-afdeling leent over die 60-plussers, dan vertel ik jou hoe je een verhaal vertelt. Want, ook in bedrijven gaat het vandaag over verhalen, waarden en waarde. Over *storytelling*, unique *value propositions* én impact.

Wat als we nog een stapje verder gaan. Een theatermaker runt de hr-afdeling van een koekjesfabriek. De CEO van een lokaal bedrijf zit in het bestuur van je vzw. Een sociaal-culturele vereniging doet een update van de employer branding voor een meubelgigant. Een bibliotheek geeft samen met een lokaal bedrijf de regio een nieuw elan. Vanuit een verleden, vanuit erfgoed.

Wij geloven dat we elkaar kunnen versterken, door samen te werken.

Wist je dat in iemand geloven en zo zelfvertrouwen creëren, een beter product oplevert? Wist je dat waar cultuur en ondernemen samengaan, de focus ligt op het culturele. Niet op het commerciële. Wist je dat de *échte shiftmakers* de durvers zijn. Zij die kansen geven, zorgen voor talentontwikkeling. En daar zijn cultuurmakers goed in. Aldus Julie. En zij kan het weten.

Maar weet dat niet iedereen jouw taal spreekt. Weet dat je best vertrekt met een open blik. Weet dat het soms niet klikt. Weet dat je de tijd moet nemen. Weet dat samenwerken, energie vraagt.

Las je het? Tussen de lijnen. Dat wij ook jou willen verleiden. Tot grensverleggend samenwerken. Laten we daten. Laten we elkaar 40 vragen stellen. Laten we hand in hand door de stad, het dorp, het land marcheren, doelgericht. Want we weten wat we willen, en we zijn niet bang.

Lees ons kennen.
Of leer ons nog
beter kennen.

Wat als we over het
muurtje kijken? Welke
culturele projecten en
bedrijven verleggen
grenzen? En hoe doen ze
dat? Enkele portretten.

De cultuursector en het
bedrijfsleven. Een goeie
match? Krijg lessen en
inzichten uit de praktijk.
In vier dubbelinterviews.

OVER OP/TIL

- 5** Wat doet OP/TIL?
- 18** Samenwerken, hoe doe jij dat?
- 58** Til je project op met subsidies
- 68** Veroorzaak jij mee OP/HEF?
- 70** Dit is OP/TIL
- 79** Contacteer OP/TIL

DE CONCRETE BLIK

- 32** Theaterwerkplaats HETGEVOLG creëert dromen voor wie de weg kwijt is
- 36** KunstBaan zet via inclusie en kunst de waarden van je bedrijf in de verf
- 48** Allaert Aluminium schetst de impact van samenwerken met kunstenaars en designers
- 56** O.666 transformeert voormalige visserijcoöperatie tot thuishaven, broedplaats en labo
- 60** SerVies visualiseert vervuiling door fijnstof
- 62** Timmerwerkt maakt meubels én timmert aan een warme samenleving

DE BLIK IN DE SPIEGEL

- 13** Startende culturele ondernemer? 7 tips
- 26** Botaniek: over planten die mailen
- 40** Waarschootstof: de actuele waarde van een textielverleden
- 50** Ceci n'est pas une piscine: niet zomaar zwembaden, wél artistieke creaties

INHOUD



Hebben cultuurmakers voldoende ondernemende attitude? Wat als profit en non-profit naar elkaar toegroeien? En wat hebben ze elkaar te bieden. 4 ervaren blikken delen hun inzichten.

Duoportretten van optillende samenwerkingen tussen de cultuursector en de ondernemerswereld.

We vullen de toekomst in, met enkele droombeelden

DE ERVAREN BLIK

- 10** Er is geen andere wereld
- 30** Culturele organisaties moeten hun schroom verliezen
- 38** Van revolutie naar evolutie
- 64** Geloof in publiek-private samenwerkingen

DE ANDERE HELFT

- 16** Siham Zarkan & Alba Pregja
- 17** Leander De Cauter & Artshizzle
- 25** Toon Pauwels & Zenith
- 34** Lawrence De Belder & vrijwilligers
- 44** Soraya Wancour & Sophie De Somere
- 45** Bilal Abbas & Thomas Vervaet

DE VISIONAIRE BLIK

- 22** Alles is energie
- 46** Waar kunstenaars en ondernemers samenkomen
- 72** Safe spaces: de toekomst van de cultuursector?

OPTILLENDE TIPS

Deze tips zetten je op weg naar verbindende samenwerkingen.



- 9** Wat als we eens van gedachten wisselen?
- 24** Wat als we elkaar beter leren kennen?
- 53** Wat als we werken aan een waardevolle match?
- 66** Wat als er een 'culturo' voor de deur staat?

**#CULTURE
NEVER
BRIND
T**

WAT DOET OP/TIL?

OP/TIL stimuleert cultuur in alle richtingen. We verbinden spelers uit de brede cultuursector. Over de grenzen van gemeenten, sectoren en disciplines heen.

KRIK JE
KENNIS OP



OP/TIL adviseert, ondersteunt en activeert

OP/TIL is het steunpunt voor bovenlokale cultuur. In 2019 ging het nieuwe Bovenlokaal Cultuurdecreet van start. De Vlaamse overheid reikt subsidies uit:

- 2 keer per jaar voor jouw unieke en grensverleggende cultuurprojecten, met 15 mei & 15 november als deadlines
- Eén keer om de 6 jaar voor een culturele samenwerking tussen gemeenten
- Voor een steunpunt, en dat is OP/TIL

OP/TIL is je klankbord voor projectideeën. Stapsgewijs helpen we je op weg, van idee tot dossier.

OP/TIL is partner in crime voor gemeenten die willen samenwerken rond cultuur in hun regio, binnen een intergemeentelijk samenwerkingsverband.

Verbindende to do's & verhalen in je mailbox? Schrijf je in voor onze nieuwsbrief. Scroll naar onder.



OP/TIL pakt gedeelde uitdagingen aan. We versterken culturele spelers, in dorpen en steden met grensverleggende ambities. Door samenwerking te stimuleren en sectorgrenzen te doorbreken. Via vorming, debat, kennis en inspiratie. Zo sta ook jij sterk om samen te werken, vanuit jouw culturele praktijk.

OP/TIL begeleidt gemeenten en samenwerkingsverbanden om zich te enten op de 17 Vlaamse referentieregio's.

VERLEG JE
GRENZEN



OP/TIL kript je kennis op

We verzamelen en analyseren informatie en publiceren over het bovenlokale culturele veld. We voorzien tools, methodieken én vormingstrajecten om jouw praktijk vorm te geven. En we verdiepen ons in relevante literatuur en gaan in gesprek met experts.



Verdiep
je in de
kennisbank

“Een til is een plank, een brug. Til is een vergeten woord, met wortels in het Oudfries. Een til, tille of bat is de naam voor een brug.”

OP/TIL inspireert en verbindt

OP/TIL legt sterke verbindingen.

We besmetten graag tot samenwerken. Dat doen we samen met andere steunpunten en organisaties, die culturele spelers vertegenwoordigen. We bundelen de krachten. De 19 intergemeentelijke samenwerkingen rond cultuur vinden bij ons een warm nest.

OP/TIL komt dicht bij jou en tilt jouw praktijk op.

Collega's ontmoeten, ervaring uitwisselen, samenwerken, vorming volgen ... Wij hebben oog voor wat er zich in de context van jouw praktijk afspeelt. En, we nodigen je uit om kennis te delen, om mee te doen ...

OP/TIL daagt uit.

Breek uit je cultuurbubbel. En grijp onverwachte samenwerkingen. Met het bedrijfsleven, de zorgsector, toerisme ... We gaan op zoek naar kruisbestuiving, naar wat we gemeen hebben, en naar hoe we van elkaar kunnen leren. Elk jaar verdiepen we ons in een nieuwe sector. /



Laat je inspireren door onze 'Verbindende verhalen'

“

Je bent een ondernemer, zet je dus naast een andere ondernemer, van gelijk welke soort. Probeer te kijken naar wat je gemeenschappelijk hebt en bouw dat uit. Er is voor mij geen andere wereld. We missen misschien wel een netwerk en dat moeten we nu uitbouwen.

**Maarten
Quaghebeur**
Cultuurloket

Wat als we eens van gedachten wisselen?

Hoe kunnen cultuur en economie elkaar vinden? Wat als een bedrijfsleider zich laat voeden door die andere wereld? Enkele citaten.

1

“Voor een bedrijf is de samenwerking met kunstenaars en designers heel interessant. Het opent de geest van de ambachtslieden. En, het opent nieuwe perspectieven.”

Tanguy Van Quickenborne
van Justastone Group



Luister naar de podcast

“De echte shiftmakers geven kansen, zorgen voor talentontwikkeling, zorgen ervoor dat mensen openbloeien. En daar zijn kunstenaars goed in.”

Julie Vandembroucke
van Arteconomy

3

“De verrijking van wat je terugkrijgt als je werkt vanuit een humanitair perspectief, kan je niet vatten in een Excel-bestand. Het geeft zoveel meer voldoening dan alleen financiële targets nastreven.”

Hans Gruyaert
van Timmerwerkt

4

“Voor culturele organisaties is waardegedreven werken evident. Bedrijven kunnen daar heel wat van leren.”

Arjo Klamer
Nederlands hoogleraar in de economie van kunst en cultuur

5

Kunst zorgt voor gespreksstof, en verbinding. Of de ene medewerker nu houdt van het kunstwerk, en de andere helemaal niet. Ze spreken er wel over.”

Laura Van Wingen
van KunstBaan

“Er is geen andere wereld”

Rijk willen worden, is niet de juiste drijfveer voor ondernemerschap, volgens Maarten. Je start beter vanuit het inhoudelijke, en vanuit een doel. En dat maak je best zo concreet mogelijk.



Ik

geloof in cultureel ondernemerschap. Ons onderzoek ‘ONDERNEMEN in cultuur’ toont heel duidelijk aan dat veel elementen van een ondernemende attitude bij culturele actoren aanwezig zijn. Maar er is nog werk. Aan het begrip van zakelijke taal, zakelijke vaardigheden en het omgaan met het nemen van risico.”

“Je geeft als ondernemer zelf vorm aan wat je wil doen. En vervolgens ga je op zoek naar partners. Je werkt samen, vanuit hetgeen waarin jij gelooft. Hoe ondernemender de cultuursector, hoe meer die kan evolueren, hoe minder het de uitzonderingssector zal zijn. De overheid, bestuursorganen en samenwerkingspartners kunnen de sector daarin stimuleren.”

Cultuurloket wil de cultuursector professionaliseren, mee op zoek gaan naar een gezonde financieringsmix, een mix van eigen inkomsten, subsidies en aanvullende financiering: “We willen een zelfredzame sector creëren.”

Profit en non-profit zullen meer en meer naar elkaar toegroeien. Er zal minder en minder verschil zijn tussen de sectoren. Dat vertelt de glazen bol van Maarten.

“Een profit-onderneming die enkel voor het financiële gewin gaat, krijgt het niet meer uitgelegd aan zijn klanten en stakeholders. En zo moet ook een culturele organisatie nadenken over hoe een bepaald publiek te bereiken, over prijszetting of over hoe een vrijwilliger waarde terugkrijgt voor zijn inzet.”

**ONDER-
NEMEN
IS EEN
ATTITUDE**

“We moeten wel weten wat we aan elkaar hebben. Dat vereist een open gesprek, zonder stigma’s van de twee kanten.”

Durf jezelf in vraag stellen

Maarten heeft duidelijk een groot hart voor de sector én ziet een sterke culturele sector. Maar de maatschappij verandert, en kwam ook nog eens in een stroomversnelling door een virus.

“Dan moet je je organisatie in vraag stellen: Wat je al jaren doet, is dat nog wel de juiste manier? Je moet vooral weten wat je wil doen, voor wie, en wat je wil bereiken. En ja, daar hoort ook bij: marktonderzoek doen en kijken naar wat de tendensen zijn. Het is een zoektocht waar zakelijke en juridische modellen een leidraad in zijn.”

“Ook culturele ondernemingen moeten innovatief te werk gaan. Als je niet weet wat je over 5 of 10 jaar zal doen, en waarom je het doet, en hoe je het financiert, dan heb je geen model. Dan ben je geen duurzame organisatie of onderneming. Je ondermijnt de impact die je wil creëren en hebt geen enkele overlevingskans.”

Cultuurloket bekijkt alles vanuit een zakelijke bril, reikt tools, denkpatronen en modellen aan. Inhoudelijke ondersteuning, daar zorgen de steunpunten voor.

“We geven groepsopleidingen en ook één-op-één-advies. En we brengen mensen uit verschillende sectoren samen, om kennis te delen en een visie te vormen. Die andere blik doet je groeien. Neem nu ‘prijszetting’, dat wordt een belangrijk vraagstuk in het culturele veld. We zullen ons vragen moeten stellen als: Wat hebben we nodig om cultuur te organiseren? Wat is de subsidiegraad van een ticket of van een activiteit? En, wat willen mensen betalen voor een ticket? Of, een livestream, moet dat wel gratis?”

Er wordt alvast geëxperimenteerd. Bij het Brusselse Kaaithheater hebben ze de formule pay what you can. “En waarom geen uitgesteld ticket, zoals een uitgestelde koffie.”

Meer samenwerkingen en cocreatie

“Er wordt nog te veel gezegd en gedacht: als je het artistiek en inhoudelijk goed doet, zal je een

Wat betalen je klanten of je publiek nu voor jouw product of dienst?

Wat zouden ze willen betalen?

Welk effect zou een prijsstijging of een prijsdaling hebben op je organisatie?

Download de opdracht van Cultuurloket over prijszetting



subsidie krijgen en goedbetaalde opdrachten die zorgen voor een inkomen. Maar het zakelijk goed doen, is minstens even belangrijk om je plannen te verwezenlijken.”

Een goede samenwerking tussen onderwijs, cultuur en het beleid is daarin belangrijk. Maarten voegt er meteen aan toe, dat de cultuursector ook in verbinding moet gaan met de ondernemerswereld. Of meer nog: “Die twee werelden staan niet los van elkaar.”

“Als je breed kijkt en niet alleen naar het gesubsidieerde deel, dan zie je een cultureel veld met culturele ondernemers die goede dingen doen. Ook bedrijven als Studio 100, Live Nation en Tomorrowland zijn deel van hetzelfde culturele ecosysteem. En, we kunnen van elkaar leren, elkaar tegengas geven, samenwerkingen opzetten, hiaten invullen ...”

Maarten gelooft ook heilig in cocreatie. Ook tussen bedrijven en de cultuursector.

“We moeten wel weten wat we aan elkaar hebben. Dat vereist een open gesprek, zonder stigma’s van de twee kanten. Een mooi voorbeeld is Les Monseigneurs, twee studenten textiel die samenwerkten met een textielbedrijf in Kortrijk. Het zijn kunstenaars met een heel eigen, inhoudelijke en artistieke visie. Ze maakten gebruik van resttextiel, van de weefgetouwen en de wever van het bedrijf. Ze zaten daar een jaar in residentie. Het bedrijf ging dankzij hun insteek op een andere, innovatieve manier om met het ambacht.”

Maarten Quaghebeur

Maarten Quaghebeur startte in januari 2021 als directeur bij Cultuurloket. Hij volgt er Jan Timmermans op, en coördineerde tot dan de kenniscel binnen de organisatie. In 2018 kreeg Cultuurloket een meer uitgebreide opdracht van de Vlaamse overheid. De focus komt nog meer te liggen op ondernemen in de cultuursector, niet alleen op werken in de cultuursector.

Cultuurloket

Cultuurloket biedt zakelijke ondersteuning voor de cultuursector. Waar cultuur, bedrijfseconomie en de wet elkaar kruisen, ontstaan veel vragen. Met al je vragen over werken, ondernemen en financieren kan je bij Cultuurloket terecht. Via een persoonlijk gesprek, een begeleiding of een opleiding. Ook op de website vind je heel wat zakelijke en juridische informatie.

→ www.cultuurloket.be



Duik het volledige portret in

“

Kunstenaars staan meestal aan de zijlijn, ze geven kritiek.

Waarom zouden ze hun talenten en hun kritische blik niet inzetten om dingen te veranderen? Of om bedrijven te helpen met innovatie?

Ik geloof zelfs dat er kunstenaars aanwezig moeten zijn in alle geledingen van de maatschappij.

**Julie
Vandenbroecke**

Arteconomy

7 TIPS

voor de startende culturele ondernemer

Ook als kunstenaar of creatieveling ben je een ondernemer. En bij dat ondernemen komt heel wat kijken: van prijszetting en afspraken over intellectuele eigendomsrechten tot jezelf succesvol verkopen. Hoe begin je daaraan als starter? En hoe maak je van je passie je werk?

N

iemand beter om daarover te vertellen dan Nadine De Weirdt en Simon Gryspeert: Nadine werkt als projectadviseur ondernemerschap bij VLAIO (Agentschap Innoveren & Ondernemen), een organisatie die ondernemerschap en innovatie stimuleert en ondersteunt.

Simon werkt als adviseur en projectmanager bij Flanders DC, een organisatie die steun krijgt van VLAIO. Zij ondersteunen specifiek ondernemers uit de creatieve sector en promoten hun werk in binnen- en buitenland.

De twee organisaties werken geregeld samen. Eén zo'n recent project was de startersgids: een wegwijzer vol oefeningen, tips, templates, tools en contacten voor startende ondernemers.

Startersgids: wegwijzer voor startende ondernemers

Nadine "Hoe die samenwerking begon? Op een bepaald moment kreeg ik de opdracht om een tool of gadget te creëren, om startende ondernemers beter bekend te maken met ons aanbod. Maar ik wilde iets bruikbaar. Niet gewoon een hippe stylo."

"Ik ging op zoek naar mensen met ervaring in het ontwikkelen van templates en tools. Ik wist dat Flanders DC een groot aanbod had en kwam uiteindelijk uit op Simon. Hij was meteen enthousiast over mijn ideeën rond de aanpak en het format."

"De finale toolkit bestaat nu als digitaal platform en als fysiek boekje. Dat laatste vraag je trouwens gratis aan op onze website, als je een profiel hebt."

Simon "De tips en tools die we bij Flanders DC meegeven, zijn meestal bruikbaar voor alle ondernemers. Want een creatieve of culturele onderneming blijft een onderneming."

"Wat wél verschilt, is dat wij meer aandacht besteden aan zaken die bij uitstek belangrijk zijn in de culturele en creatieve sector, zoals intellectuele eigendom en crowdfunding."

**"EEN CREATIEVE OF CULTURELE
ONDERNEMING BLIJFT EEN ONDERNEMING"**

1 **Breng de basis in orde**

Nadine “Als ik startende culturele ondernemers één tip zou moeten geven, dan is die: stel een ondernemingsplan op. Zo’n plan is noodzakelijk, iedereen moet daardoor.”

Simon “Dat vind ik ook. Culturele ondernemers vertrekken vaak van een creatieve vaardigheid. Ze zingen, maken muziek of ontwerpen kleren en willen daarvan hun werk maken. Maar ze hebben niet altijd stilgestaan bij de businesskant van het verhaal.”

“Daarom is het onderdeel ‘Business-kwartier’ van de startersgids zo cruciaal. Dat helpt je nadenken over de basisingrediënten van een onderneming. Wie is je doelgroep, bijvoorbeeld? En hoe onderscheidt je aanbod zich van de rest? Als je daarbij stilstaat, sta je niet één, maar vijf streepjes voor op de rest.”

2 **Volg een begeleidings-traject**

Nadine “Vanuit VLAIO zijn er heel wat begeleidingstrajecten. Daarover vind je meer informatie op onze advies- en coachings-databank. Er is individuele en collectieve begeleiding, maar er zijn ook gewone infosessies.”

3 **Vertrouw op je netwerk**

Nadine “Bedenk: wie in mijn omgeving kan me vooruithelpen met mijn project? Dat moeten geen professionele contacten zijn – je kan ook terecht bij vrienden en familie. Zelfs al is het maar om een eerlijk klankbord te hebben. Iemand met wie je kan pingpongen, zonder commerciële bijbedoelingen.”

Simon “Je netwerk is cruciaal. Voor alles: van klanten vinden en je werk bekendmaken tot aan cocreatie doen.”

“Van elkaar leren werkt inderdaad enorm goed. Zo kan een kunstenaar van een ‘klassieke’ ondernemer leren dat ‘verkopen’ geen vies woord hoeft te zijn. Als je je werk wil maken op een duurzame manier, moet je er professioneel mee omgaan.”

Simon Gryspeert

4 **Leer van andere ondernemers**

Nadine “Praat over je ervaringen met andere ondernemers. Vaak deel je dezelfde uitdagingen, zelfs als je niet in dezelfde sector zit. Luister naar elkaar, zie hoe anderen het aanpakken en doe zo inspiratie op voor jezelf.”

Simon “Van elkaar leren, werkt inderdaad enorm goed. Zo kan een kunstenaar van een ‘klassieke’ ondernemer leren dat ‘verkopen’ geen vies woord hoeft te zijn. Als je je werk wil maken op een duurzame manier, moet je er professioneel mee omgaan.”

5

De meer-waarde van kruisbestuiving

Simon “Ik ben een grote fan van samenwerkingen tussen culturele en niet-culturele ondernemers. Want zo ontstaan vaak nieuwe ideeën en toepassingen. Net omdat iemand met een andere blik naar je werk kijkt.”

“Een concreet voorbeeld is Piet Goddaer (ook wel: Ozark Henry). Voor het Belgian National Orchestra moest hij het avondprogramma samenstellen. Alleen vond hij dat er niet de juiste techniek bestond om de driedimensionale klank van het orkest te capteren.”

“Zijn oplossing? Samenwerken met enkele technische partners om een nieuw product te ontwikkelen: immersive sound. Da’s een cool voorbeeld van wat zo’n kruisbestuiving concreet kan opleveren.”

Nadine “Weet welke competenties je in huis hebt en welke niet – dat geldt voor alle ondernemers. En haal in huis wat je nog mist. Besef dat je iemands meerwaarde niet altijd meteen kan vertalen in centen. Reken op waardecreatie op de lange termijn.”

6

Bij een samenwerking: maak goede afspraken

Simon “Als een kunstenaar wil samenwerken met een bedrijf, verwijzen we vaak naar Creative Fair Play. Dat is een manifest met best practices. Waar het op neerkomt? Dat je goede afspraken maakt en correct samenwerkt.”

“Zorg dat je bijvoorbeeld goed geregeld hebt wie de eigenaar is van het idee. Spreek een passende vergoeding af. En kom altijd je afspraken na.”

Nadine “Ook belangrijk: stel de juiste vragen voordat je begint. Met wie wil je samenwerken en waarom? Is het wel een win-winsituatie? En hoe ga je de samenwerking organiseren?”

7

Kijk voorbij de clichés

Simon “Van de creatieve sector wordt vaak gedacht dat het allemaal mensen zijn die met hun kop in de wolken leven en dus niet ondernemend zijn. Dat cliché mag best ontkracht worden.”

“Neem bijvoorbeeld een modestudent die een afstudeercollectie moet maken. Vaak gaat het om investeringen van duizenden euro’s. Je bent dan 22 jaar en staat misschien al in de min aan het begin van je carrière. Zulke risico’s nemen, da’s puur ondernemerschap.”

“Of kijk naar kunstencentrum Vooruit. Zij hebben een knap webplatform om hun boekingen te organiseren, waarvoor ze zelf de software hebben ontwikkeld. Ondertussen is dat een spin-off – ‘Yesplan’ – en wordt die software gebruikt in culturele centra over heel Europa.”

“Er zit echt wel ondernemerschap in de culturele en creatieve sector. Maar je moet dan wel voorbij de clichés durven kijken.” /

“Weet welke competenties je in huis hebt en welke niet – dat geldt voor alle ondernemers. En haal in huis wat je nog mist. Besef dat je iemands meerwaarde niet altijd meteen kan vertalen in centen. Reken op waardecreatie op de lange termijn.”

Nadine De Weirdt

- www.vlaio.be
- www.flandersdc.be
- startersgids.vlaio.be
- creativefairplay.com

**DE
ANDERE
HELFT**

**ALBA
PREGJA**

**SIHAM
ZARKAN**



**@WOMADEBRUSSELS
@SHEDIDIT.BE**



Ontdek meer
portretten
op Instagram
@cultuuroptil

**DE
ANDERE
HELFT**

**TIM
VANHEERS**
Artshizzle

**LEANDER
DE CAUTER**
van advies- en
marketingbureau
Magelaan

**ROZEMARIJN
DE KEYSER**
Artshizzle

@ARTSHIZZLE



Ontdek meer
portretten
op Instagram
@cultuuroptil

SAMENWERKEN

Hoe doe jij dat?

Doe de test, en ontdek welk type jij bent. We polsen naar je attitude en je visie op samenwerken.

Als ik moeilijkheden ervaar in mijn werk dan ...

- los ik die vooral zelf op.
Wat je zelf doet, doe je beter.
- leg ik mijn oor te luister bij collega's,
advies kan geen kwaad.
- barst ik in tranen uit en moet
iemand me komen troosten.

Deze uitspraak is me op het lijf geschreven

- Samen werk je trager,
alleen doe ik het beter.
- Alleen werk je sneller,
samen kom je verder.
- Samen werk je leuker,
alleen is zo eenzaam.

Als ik een kennismakings- gesprek voorbereid

- bedenk ik vooral hoe ik de ander kan
overdonderen met mijn kennis en ervaring.
- screen ik de website van de andere organisatie
en zoek linken met mijn eigen werking.
- bekruipt het angstzweet me over hoe
weinig ik te bieden heb aan een partner.

Tijdens een kennismakingsgesprek

- vertel ik vooral over mijn eigen
werking, ik stel zelf geen vragen.
- ben ik vooral benieuwd naar de werking van
de andere partij, ik pik in over mijn eigen werking.
- bejubel ik vooral de werking van de andere en
minimaliseer wat mijn organisatie doet.



Gebruik de toolkit van OP/TIL. Met de toolkit leer je meer over de sterktes en zwaktes van jouw organisatie, verken je partnerschappen en zet je je blik open om grensverleggend samen te werken.

Ben je **ELLY**?

Je bent een eilandbewoner. Je doet de dingen graag alleen. Samenwerken is niet echt je ding. Je denkt dat de ander je niets te bieden heeft. Je ziet de meerwaarde van mogelijke partners maar moeilijk. Je bent trots op wat je allemaal zelf kan. En hebt dus heel wat te bieden aan partners, daar ben je ook van overtuigd.

TIP Verfijn je eigen sterktes en bepaal wie je er kan bij helpen.

TIP Eerlijk is eerlijk, er zijn zeker ook grenzen in je werking. Uitdagingen waarop je telkens opnieuw botst. Dus: zet je trots aan de kant, haal je meer kwetsbare kant boven. Sta stil bij de zwaktes in je werking.

TIP Ga op date! Stel je kwetsbaar op en leer hoe een ander jou kan versterken.

Ben je **MEHDI**?

Je bent een meerwaardezoeker. Wanneer het zinvol is, werk je samen. Je zoekt naar mogelijke linken en aanknopingspunten om een samenwerking aan te gaan. Je weet dat je niet alles alleen kan.

Je begrijpt waarover het gaat bij samenwerken. Je wil een gelijkwaardige relatie uitbouwen met partners waarbij jullie elkaar versterken. Met open blik en oprechte interesse verken je de werking van de ander en durf je kritisch kijken naar die van jou.

TIP Zin om nog een stapje verder te gaan? Breek uit je culturele bubbel. Verken kennis en expertise van andere sectoren.

Ben je **AFKE**?

Je bent de afhankelijke. Je kan niets alleen, en denkt dat je weinig te bieden hebt. Je wil voor alles samenwerken, soms om de verkeerde reden. Je stelt je op als de underdog.

TIP Kijk eens in de spiegel. Wat heb jij die ander te bieden?

“

Ik was nooit van plan om ondernemer te worden. Maar ik zat, als consument, met een verontwaardiging. Ik vond het vreemd dat nog nooit iemand daar veel lawaai rond had gemaakt.

**Paulien
Verhaest**
Blommm



Luister naar
het verhaal
van **Blommm**



“

Vastgoedontwikkelaars waren vroeger bouwers en bankiers. Maar onze industrie is aan het veranderen. Het is eigenlijk een sociaal beroep. Het is een sector die fysieke en virtuele infrastructuur aanbiedt om een sociaal netwerk te creëren.

**Nicolas
Bearelle**
Revive



Luister naar
het verhaal
van **Revive**

ALLES IS ENERGIE

E

en verjaardag is altijd fijn. Ook al kent ieder van ons wel iemand die niet houdt van verjaren. Het is onlosmakelijk met het leven verbonden en dus kan je er maar beter een feestelijk moment van maken.

Dat is niet anders bij de eerste verjaardag van 'Miss Rona', ofwel Covid-19. Intussen is het een jaar geleden dat we via een heuse lockdown op de pauzeknop hebben gedruwd om de verspreiding van het virus tegen te gaan. In die collectieve stilstand, waar vogels meer dan ooit fluitend door het leven vlogen en zelfs dolfinnen in Venetië de kop opstaken, hoopten we allen tot inzichten te komen om onze levens anders aan te pakken.

Nochtans vertelt de realiteit ons vandaag iets anders: we worden maar al te goed de verlamdende dwang gewaar om de draad weer op te pikken waar die gestopt is. Het voelt bijna als een relatie waar je een einde aan wil maken, maar de ander maar niet loslaten wil. Nochtans hebben we daar net nood aan: de pauzeknop van een jaar terug blijkt een resetknop.

Reset

Het is nog niet te laat om een reset te organiseren. Integendeel, laten we weer van nul beginnen, de dingen die voorheen werkten meenemen en nieuwe dingen uitproberen. Ook al maken ze je onzeker, ze laten zonder twijfel een nieuwe frisse wind waaien.

Laten we volop investeren in nieuw talent dat fouten mag maken en al te vaak als onbekwaam wordt weggezet omdat er te weinig kilometers op de teller staan. Laten we bruggen slaan, onder meer met verschillende cultuurinstellingen, de schotten weghalen en zo het interdisciplinaire aanmoedigen.

Laten we kwetsbaarheid omarmen en de dialoog blijven aangaan. Laten we het flauwste excuus van de voorbije jaren, dat we bepaalde doelgroepen maar niet kunnen bereiken, eindelijk achterwege laten. Om het met de woorden van Chris Martin te zeggen: 'nobody said it was easy'.

Ethisch ondernemerschap

Hoog tijd om beter ons best te doen, onze deuren te openen en mensen warm te maken voor ambitie. Niet het soort ambitie waar wij als Vlamingen bang voor zijn en dikwijls met argwaan naar kijken. Zie het als een nieuwe vorm van ambitie waar mensen worden aangespoord om hun beste leven te leiden en zo alle kansen te grijpen die op hun pad komen. Het laat zich samenvatten in een ethisch ondernemerschap dat gemotiveerd wordt door samen te werken en contacten te delen: 'als jij wint in je ondernemerschap, dan win ik'.

De resetknop maakt de weg vrij voor dit ondernemerschap waarin we eindelijk komaf maken met enkele slechte gewoontes, zoals het concurrentiebeding of het voortdurend voeden van onderling wantrouwen.

Meer nog, weg met de schijnbaar unieke overtuiging dat succes een grote berg is waar iedereen aan de top moet raken. Ieder van ons heeft immers het recht om zelf invulling te geven aan succes.

Energie

Laat ons daarom komaf maken met het denkbeeld dat investeren in mensen steeds economisch rendabel moet zijn. 'Alles is energie' wist Einstein, doorbreek dus de gedachte dat je je contacten onder geen beding mag prijsgeven en dat je bepaalde kennis niet mag delen. Net door kruisbestuiving en mensen met elkaar in contact te brengen groei je als mens en als ondernemer.

Dat is de ware betekenis van een ethisch ondernemerschap waarin ik rotsvast geloof: voorbij economische wetmatigheden, met een onwrikbaar geloof in de mens en zijn/haar/hun vermogen om via samenwerkingen meerwaarde te creëren die ieder van ons ten goede komt. Wars van slogans, instagramposts en hashtags als 'sharing is caring' is het vooral van belang hierdag in dag uit naar te handelen.

Neem nu het voorbeeld van mijn ontmoeting met een fotograaf die fantastische portretten maakt. Wanneer ik enkele weken later iemand spreek die op zoek is naar een portretfotograaf, breng ik beide meteen in contact met elkaar. Want: alles is energie. Daarom is het mijn verantwoordelijkheid om deze energie te laten stromen en dit contact te delen in plaats van te blokkeren.

Laat het daar nu jammer genoeg vaak mislopen. De voorbeelden zijn talrijk: organisaties werken naast elkaar in plaats van samen met elkaar, talenten worden tegen elkaar opgezet in plaats van elkaar te versterken... Daarom pleit ik ervoor bepaalde zaken compleet anders aan te pakken en samenwerkingen aan te gaan die op het eerste gezicht een risico inhouden. Het klopt dat nieuw terrein vaak onzekerheid met zich meebrengt, al leveren ze altijd weer waardevolle inzichten op.

De recente samenwerking tussen de KVS en een Brusselse school geldt hier geheel toepasselijk als een schoolvoorbeeld. Spelers en makers gingen aan de slag met leerlingen die hun blik verruimd zagen, hun energiepeil zagen toenemen en wier interesseveld werd verbreed. Dankzij deze ietwat ongewone samenwerking gaf de KVS nieuwe energie aan verschillende leerlingen, maar trok het ook de aandacht op het structureel tekort aan leerkrachten. Een niet te negeren signaal voor beleidsmakers. Met dank aan cultuur.

Laat energie stromen

Laten we samen op de resetknop drukken. Weet voortaan dat je niet alles weten kan. Durf daarom tijdig om advies en hulp vragen. Durf je dan ook kwetsbaar op te stellen en de ander volledig in zijn/haar/hun waarde te laten. Dat doe je door die persoon ten volle te betrekken en niet te gebruiken als een trofee voor inclusie & diversiteit.

Betrek mensen van bij de start zodat zij mee de blauwdruk mogen creëren. Zo wordt hun stem gehoord en vormen zij een meerwaarde in je organisatie en bij uitbreiding de bredere samenleving.

Durf tot slot over het muurtje te kijken: in samenwerken ligt groei verscholen. Een investering kan aanvoelen als een opoffering, maar op termijn is het altijd een meerwaarde. Het brengt inzichten, leert waardevolle lessen en biedt ongeziene kansen.

Je wensen worden bewaarheid als je bereid bent om de energie te laten stromen tussen mensen, organisaties, ideeën. Want zoals Einstein reeds wist: 'Alles is energie'. /

“Laat ons daarom komaf maken met het denkbeeld dat investeren in mensen steeds economisch rendabel moet zijn.”

Jaouad Alloul

Jaouad is een artistieke kameleon. Hij speelt graag met het thema gender en gaat controversiële thema's niet uit de weg. Zijn comfortzone verlaten ervaart Jaouad als een absolute must die hij combineert met een onstuitbare drang om verhalen te vertellen. Zingen, acteren, dansen, presenteren, regisseren, fotografie, film, kunst & mode zijn voor hem één grote speeltuin. Zijn activisme en ondernemerschap komt naar voren wanneer hij bruggen slaat tussen de verschillende identiteiten die hij rijk is.



Wat als we elkaar beter leren kennen?

De cultuursector en de ondernemerswereld, een goeie match? Zet een eerste stap. Leer elkaar beter kennen, met deze 10 tips.

1

De kunstensector en het bedrijfsleven. Een wereld van verschil. Zou je denken. Zoek naar de overeenkomsten en die zijn er meer dan je denkt.

Wees je bewust van het belang van de eerste indruk. Communiceer helder en geef niet te veel info in één keer.

4

6

Wees assertief en proactief. Beuk de voordeur in. Wandel binnen en zeg: laat ons iets doen.

7

Gebruik je enthousiasme om voorbij de voicemail of de onthaalbalie te geraken.

2

Neem deel aan studiedagen binnen die andere sector. Infiltrereer in die andere netwerken. Neem daar je verhaal mee.

Leer communiceren, los van taal. Door samen dingen te doen.

8

3

Zorg voor een goede pitch. Het echte succes van je pitch hangt af van de manier waarop je je gesprekspartner meeneemt in je verhaal.

5

Deel je passies. Of je frustraties en verontwaardiging.

9

Zet je schroom opzij. Geld vragen aan een bedrijf, is niet hetzelfde als bedelen. Jouw culturele organisatie heeft ook iets te geven.

10

Zie je na een uur babbelen geen potentieel? Laat het dan zo.



Verkoop je verhaal. Werk een **grensverleggende** pitch uit

**DE
ANDERE
HELFT**

**PETER
KLINCK**
jeugdhuis Zenith



**TOON
PAUWELS**
Goliart

**THIJS
VERMEIR**
jeugdhuis Zenith



Ontdek meer
portretten
op Instagram
[@cultuuroptil](#)

“Niet alleen kunstenaars denken outside the box”

BOTANIEK

Planten die mailen naar hun collega's als ze water nodig hebben of wat te veel in het licht staan. Absurd, geniaal of gewoon de perfecte oplossing om coworkers met elkaar in verbinding te brengen?

ANDERE WERELDEN ZIJN VAAK VERRASSEND HETZELFDE

Veerle “Voor mij was Botaniek zo interessant omdat een wereld die op het eerste gezicht een ver-van-mijn-bed-show is, toch nauw bleek aan te sluiten bij wat wij doen. Ook voor de mensen in Hangar K draait het om creativiteit, dingen ontwikkelen en vanuit een ander perspectief bekijken.”

Jonas “Hoewel de producten waar we aan werken zo verschillend zijn – wij aan kunst en cultuur, de bedrijven aan software of klik-parket – toch gebruiken we dezelfde methodes. Het viel me op hoe vrij en outside the box er soms werd gedacht.”

“Op voorhand hadden we wat schrik dat we geen connectie zouden vinden. De bedrijfs-wereld heeft toch een andere doelmatigheid en verwachting. Het product is vaak belangrijker dan het proces. Terwijl wij de luxe hebben dat we het proces als eindproduct kunnen zien: als het niet lukt kan het ook interessant zijn.”

Veerle “Er was iemand die veel met Arduino werkt, en die ook dingen oppikt waar het mis gaat om daarop verder te bouwen. Zijn denk-wijze lag niet ver van die van ons. En hij was zeer handig met al die technologische dingen, iets waar ik zelf weinig mee heb. Het was super boeiend dat mensen op een andere manier aan de slag gingen met onze ideeën.”

K

unstenars Veerle Michiels en Jonas Vansteenkiste ontwikkelden in Hangar K, een bedrijvige plek voor start-ups en scale-ups, het project Botaniek.

Aan tafel voor dit interview: Piet Verhoeve, CEO van Hangar K van 2018 tot 2019 en samen met Julie Vandenbroucke van Arteconomy initiator van het project Botaniek, en beeldend kunstenaars Veerle Michiels en Jonas Vansteenkiste.

STA OPEN VOOR ANDEREN, OOK AL ZIJN HET CONCURRENTEN

Piet “De initiële oproep blonk uit in vaagheid, een bewuste keuze om onbevangen te starten. We wilden samenwerken met kunstenaars rond communityvorming, zonder al heel specifieke richtlijnen mee te geven. Tijdens de presentatieronde hadden ook de medewerkers en ondernemers van Hangar K een voorkeur voor het afwijkende, onbekende. Het voorstel van Jonas en Veerle was aan de ene kant intrigerend en tegelijk herkenbaar. Vanuit de makergedachte maakten een aantal ondernemers meteen de vertaling naar welke technologie ze konden inzetten.”

“Tijdens het selectieproces was het voor mij een eyeopener dat alle kunstenaars hun projecten aan elkaar voorstelden. Toen we kozen voor Jonas en Veerle, reageerden sommige kunstenaars: Ja, wij denken ook dat dit het project is wat het best bij jullie past. Zo’n open statement heb ik zelden gezien in de bedrijfswereld.”

Jonas “Ook voor ons was dit de eerste keer dat we zo’n open selectie meemaakten, ook in de kunstwereld is dit ongewoon. Maar je leert wel heel veel over jezelf en het opent meteen een ander gesprek tussen collega’s.”



ECHTE MAGIE ZIT IN KLEINE DINGEN

Veerle “Voor we de workshops deden, dwaalden we door Hangar K. We keken, voelden, roken, en luisterden naar de verhalen van de bewoners. Die verhalen vormden de basis voor de workshops om de karakters van de planten uit te tekenen.”

Jonas “Toen we onze toer gedaan hadden, beslisten we dat we ook tijdelijke medewerkers waren. Omdat niemand ons kende, maakten we een kleine expo met onze beeldtaal. Dat heeft wel wat losgemaakt, we waren geen abstractie meer. We maakten vervolgens tekeningen op die whiteboards over ons project, en hebben enkele acties uitgevoerd. Dat waren heel plezante dingen: poefjes opstapelen als sculpturen, een post-it-actie, plantjes droppen om te kijken hoe goed ze verzorgd werden ...”

Veerle “Daardoor zag je heel kleine dingen: er was iemand die super zorgzaam was voor zijn plantje. Dat was iemand die ik voordien nog niet had gezien. We zijn aan de babbel geraakt. Er was zo’n mooie klik, gewoon door dat plantje. Zo zijn er nog dingen gebeurd, heel minimaal waar je niet altijd je vinger op kan leggen.”

OVER PLANTEN DIE MAILEN

EEN FACILITATOR BRENGT VERWACHTINGEN DICHTER BIJ ELKAAR

Piet “Julie Vandenbroucke van Arteconomy was facilitator van het proces. Zij stelde voor met kunstenaars samen te werken. Tijdens het project volgde Julie het proces op en was ze regelmatig vertaler-tolk. Het is handig als iemand op voorhand de verwachtingspatronen al wat dichterbij elkaar brengt. In de bedrijfswereld schets je tijdens een vergadering de stand van zaken en de volgende stappen, met een powerpoint. In een meer losse context ga je gewoon naar de meeting en vertel je hoe ver je staat.”

“We spreken een andere taal, hebben andere gewoontes. En soms is het goed iets van de ander over te nemen, of minstens te accepteren dat het ook anders kan. In dit project probeerde Julie om af en toe de focus te leggen op het proces en niet op alle deliverables.”

Jonas “Ik weet nog, onze meest bedrijfsachtige zet was dat we op het einde een contract hebben opgesteld voor de CEO. Omdat we dachten dat het een taal was, die hij begreep. Die zet kwam er op aansturen van Julie. Zij moedigde ons om meer in zijn leefwereld te kruipen.”

“Hoewel de producten waar we aan werken zo verschillend zijn - wij aan kunst en cultuur, de bedrijven aan software of klikparket - toch gebruiken we dezelfde methodes. Het viel me op hoe vrij en outside the box er soms werd gedacht.”

Jonas Vansteenkiste



VAAK IS HET PROCES BELANGRIJKER DAN HET RESULTAAT

Veerle “In een workshop creëerden we samen de karakters van de plantenclusters. Daar hing een ongelofelijke dynamiek. Niemand stelde zich vragen en iedereen was maar karakters aan het bedenken voor die planten. Iedereen ging mee in iets dat totaal niet realistisch was. Dat vond ik een magisch moment. Je voelde: hier valt alles samen.”

Jonas “Rond die periode gaven we aan dat de timing onhaalbaar was. We hadden meer tijd nodig.”

Veerle “Dat proces was zo belangrijk, anders zou er te weinig kunnen gebeuren.”

Piet “De originele timing was opgesteld in functie van een subsidiedossier, maar was veel te ambitieus. Het is een traditioneel conflict tussen de tijd die een proces nodig heeft, en de tijd die je er aan kan geven.”

PAS IN DE SCHEMERZONE WORDT HET INTERESSANT

Jonas “We hebben lang nagedacht over de rekken voor de planten. Voor ons waren het sculpturen die we introduceerden in de omgeving. We wilden dat de planten een autonome plek kregen, dat ze niet gewoon in een bloempot op tafel stonden. We kozen voor industriële rekken om de planten op te zetten, waardoor ze heel aanwezig zijn.”

Jonas “Het rek hangt vol met post-its. Als je langer kijkt, zie je dat er iets vreemds aan is. Als je de planten ziet, denk je niet meteen dat het een kunstwerk is. Het infiltreert, zit in een schemerzone, en net dat vonden wij interessant.” /

- www.hangark.be
- www.arteconomy.be
- www.jonasvansteenkiste.com

“

Sommige kunstenaars
gebruiken een
moeilijke taal om
gewichtig over te
komen. Daardoor
blijven veel
mensen denken:
daar zijn ze weer, die
cultuurmensen.

deelnemer
OP/HEF 2021



Duik in de
oogst van
OP/HEF

“Culturele organisaties moeten hun

SCHROOM
verliezen”

Culturele organisaties en kunstenaars moeten hun schroom verliezen. Geld vragen aan een bedrijf, is niet hetzelfde als bedelen. Dat is alvast de mening van Arjo Klamer.

C

ulturele organisaties moeten beseffen dat ze ook iets te geven hebben. De relatie is helemaal niet zo eenzijdig.

“Mooie linken tussen cultuur en ondernemen ontstaan vanuit inhoudelijke persoonlijke verbinding.

Bijvoorbeeld een groep juristen met een voorliefde voor opera. Of een rijke ondernemer met passie voor kunst die jonge kunstenaars en talenten steunt. Dit maakt de relatie zinvol. En dan mag het ook om het grote gebaar gaan, niet alleen om een gift van 10 euro hier of daar.”

“Kunst- of museumdirecteuren in de Angelsaksische wereld zijn vaak heel erg enthousiast, ook in hun taal. Het grootste deel van het budget voor de renovaties van het MoMA in New York kwam van privé-donaties. Dit realiseren vraagt enorme emotionele intelligentie en sociale vaardigheden. Wanneer cultuur te zeer door ambtenaren of politici wordt beheerd, mis je die bevlogenheid en verleidingskunst om grote partners te engageren.”

Waardegedreven én betrokken ondernemen

In zijn nieuwe boek ‘Sense of Purpose’ helpt Arjo bedrijven onderliggende drijfveren en waarden te benoemen.

Arjo “Voor culturele organisaties is waardegedreven werken evident. Bedrijven kunnen daar heel wat van leren. Zij zijn soms wat te veel bezig met het instrumentele karakter. Ze kunnen leren om dat wat ze doen te benoemen als iets wat ergens goed voor is.”

“Kunst is vaak gebonden aan overheids-termen als criteria, subsidies en indicatoren.



Voor je het weet zit je daar in vast. Maar louter de markt bespelen is ook niet alles: dan moet je mensen als klanten zien. Voor kunstenaars ligt dit vaak moeilijk. In de kunsten is het comfortabeler in termen van meedoen te spreken, in plaats van kopen.”

“Een ondernemende kunstenaar verleidt mensen om bij te dragen: je koopt niet alleen een ticket, je maakt actief deel uit van het verhaal, je bevraagt, je praat erover... Mensen engageren in een artistiek verhaal vraagt om betrokkenheid.”

“Daar kunnen bedrijfsleiders uit leren. Onderneem op zo'n manier dat je mensen verleidt om mee te doen. Neem mensen mee in je verhaal.”

Spreek de juiste taal

Arjo “Kunstenaars en culturele organisaties hebben de neiging om de taal van sponsors te gaan spreken. Ze leggen ‘deliverables’, ‘return on investment’ of winst vast in een commercieel contract. Dit is een doodlopende weg.”

“De kunst is net om sponsors aan te spreken op wat niet werkt in dat commerciële veld. Spreek hen aan op emoties, verlangens en dromen. Zoek vanuit het gemeenschappelijke naar partners, met betekenis en een comfortabele rol voor elke partij.”

“Bij de grotere banken bijvoorbeeld dringt deze manier van werken al goed door. Al valt er nog heel wat winst te boeken. Bedrijven hebben er baat bij dat de kunsten worden binnengebracht. Maar de leiding moet er achter staan. Het vraagt een cultuurverandering bij een bedrijf om hun maatschappelijke rol te (her) definiëren.”

Weet als culturele organisatie, of als kunstenaar ook dat niet iedereen jouw taal spreekt. Veel mensen missen kennis en context om de kunsten te lezen. Ook bedrijfsleiders.

“Onderschat het belang van cultuur-educatie niet. Bouw dit in je aanbod in. Bijvoorbeeld met een gesprek voorafgaand aan de voorstelling. Doe dit vanuit een cultuur van betrokkenheid.”

“Programmeer op een betrokken manier, vind andere manieren om gesprekken te organiseren en doorbreek het taboe. De rol van een bemiddelaar is hierin essentieel: iemand die de kunstenaar begrijpt, die de andere (commerciële) wereld ook begrijpt en schroom wegneemt. De sleutel? Spreek over wat iemand raakt, over het menselijke.”

“Veel ondernemers kunnen goed overtuigen. Ze begrijpen dat iedereen andere belangen heeft, anders denkt en een andere taal hanteert. Een straffe ondernemer begrijpt dit, en zet dit naar zijn hand. Daar kan de cultuurwereld dan weer van leren.” /

Arjo Klamer

Arjo Klamer is een Nederlandse hoogleraar in de economie van de kunst en cultuur aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Hij pleit voor een op waarden gebaseerde economie. Een humane economie, die dienstbaar is aan de samenleving.

→ www.klamer.nl

Lees het volledige interview



Theater-
werkplaats
HETGEVOLG
creëert dromen

VOOR WIE DE WEG KWIJLT IS



Stefan Perceval,
artistiek leider van theaterwerkplaats
HETGEVOLG, vertelt en geeft tips

WAT?

De Turnhoutse theaterwerkplaats HETGEVOLG startte het project 'Met hart & hand' op. Het project kreeg subsidies van provincie Antwerpen, als project dat werk maakt van een inclusieve economie. Het biedt mensen uit kwetsbare groepen een lerende werkplek aan. Ze kiezen voor een technisch of een artistiek atelier.

Binnen het eerste atelier leren deelnemers een podium belichten, of het geluidspaneel bedienen. Of ze maken kostuums en decor. In het artistieke atelier gaan ze samen met choreografe Iris Bouche aan de slag met hun persoonlijk verhaal. Ondertussen werken de deelnemers ook aan hun sociale en talige vaardigheden.

PARTNERS

HETGEVOLG werkt voor dit en andere projecten samen met Centra voor Leerlingenbegeleiding, OCMW's, VDAB, Emimo vzw en werkervaringsbedrijven.

Door mond-tot-mondreclame vinden organisaties makkelijk hun weg tot bij de theaterwerkplaats. Deze organisaties sturen mensen die hun weg kwijt zijn of hun weg niet vinden op de arbeidsmarkt tot bij HETGEVOLG.



“We krijgen wel eens de vraag of het welzijn of kunst is, hetgeen we doen. Het is kunst. Daarom moeten we het ook tonen. HETGEVOLG werkt vanuit de kracht van theater. En dat betekent ook weten hoe om te gaan met mensen.”

Stefan Perceval



IDEE

15 jaar geleden kreeg theatermaker Stefan Perceval de vraag van Barbara Wyckmans van HETPALEIS om theater te maken met jongeren uit het technisch en beroepsonderwijs, een moeilijk te bereiken doelgroep. De abstracte en donkere theaterstukken van Perceval sloegen aan bij de jongeren.

Toen Perceval startte bij HETGEVOLG ging hij theater maken met onder andere Sien Eggers, Jo De Meyere en Vic De Wachter. En, hij ging ook de straat op en vroeg de buurtbewoners of ze wisten wat er gebeurde in het pand waar HETGEVOLG huisde. Hij sprak ook buurtorganisaties, zoals T'ANTWOORD, een vereniging tegen armoede en sociale uitsluiting en Ligo, het Centrum voor Basiseducatie in de Kempen. Hij nodigde hen uit om samen theater te maken. Zo ging de bal aan het rollen. Ondertussen spreken heel wat welzijnsorganisaties Perceval als vanzelf aan.

VERRASSEND

HETGEVOLG geeft mensen hun waardigheid terug. Toen ze één van de deelnemers, een Turkse man, naar zijn verhaal vroegen, begon hij te vertellen hoe hij 3 maanden eerder Turkije ontvlucht was. En hoe hij daarbij zijn vrouw, kinderen en kleinkinderen verloor. Wat hij meemaakte, werd de eindscène van een voorstelling, die ze in De Singel in Antwerpen speelden. Telkens kreeg de man een staande ovatie, en zo erkenning en waardering voor zijn verhaal. Dat zorgde er later ook voor dat hij mensen opnieuw in de ogen dierf kijken, en het stimuleerde hem om het Nederlands te leren. /



Duik het volledige portret in

→ www.hetgevolg.be

Wat als we samen iets maken?

Waar ben jij goed in? Wat zijn jouw vaardigheden, sterktes?

Waar ben je minder goed in, wat heb je nodig om je praktijk naar een hoger niveau te tillen?

Met wie zou je die sterktes kunnen uitwisselen?

**DE
ANDERE
HELFT**

VRIJWILLIGERS

**LAWRENCE
DE BELDER**
Casinovatief



@LAWRENCEDEBELDER



Ontdek meer
portretten
op Instagram
@cultuuroptil

“

Zorg voor meer diversiteit in je organisatie. In de breedste zin, dus niet enkel etnie of religie. Als er niet voldoende diverse mensen zijn die de pen vasthouden, of de camera ... dan krijg je altijd een monocultuur aan ideeën. Diversiteit zorgt voor innovatie.

**Bilal
Abbas**
Masala vzw



Luister naar
het verhaal
van Masala

KunstBaan zet via **INCLUSIE EN KUNST**

de waarden
van je bedrijf
in de verf



“Afvalcontainers
van bedrijven
zijn vaak ware
schatkisten om
creatief mee aan
de slag te gaan.”

Laura Van Wingen,
bezielster van
KunstBaan, vertelt
en geeft tips



WAT?

KunstBaan trekt met teams van volwassenen met een verstandelijke beperking naar bedrijven en maakt er kunstwerken.

Voor de mensen met een beperking is het een project binnen hun dagprogramma, op de reguliere werkvloer én in een artistieke context.

Voor bedrijven is het een unieke kans om mensen met een beperking te verwelkomen, op hun bedrijfsterrein, en hen aan de slag te laten gaan met restmaterialen.

IDEE

Laura Van Wingen richtte KunstBaan op. Ze studeerde in 2014 af als kunstwetenschapper en deed al langer vrijwilligerswerk met mensen met een beperking. Het vrijwilligerswerk ging meer en meer de artistieke kant op. Laura besloot er ook professioneel iets mee te doen.

Met het oog op sociale inclusie, leek de bedrijfswereld Laura een boeiende sector om haar kunstprojecten te organiseren. Waarom?

Kunst in bedrijfsgebouwen, geïnspireerd op de missie of de activiteiten van het bedrijf, én opgebouwd uit hun (rest)materiaal, is voor elk bedrijf een meerwaarde.



PARTNERS

De verschillende KunstBaan-teams zorgden op 18 locaties voor bedrijfskunst.

Een onbekend bedrijf aanspreken en op zoek gaan naar de juiste contactpersoon om voldoende draagkracht te creëren, vraagt oefening en tijd. Als KunstBaan zijn project voorstelt, is het enthousiasme vaak groot. Een portfolio opbouwen van kunstwerken, én hartverwarmende ervaringen, is waardevol.

VERRASSEND

Laura hoort vaak dat bedrijven het moeilijk vinden om draagvlak te creëren rond (sociale) projecten rond duurzaamheid. Bij KunstBaan is dat niet zo.

KunstBaan is net heel aanwezig in het bedrijf, op een positieve manier. Het begint bij het management dat enthousiast is. Tijdens het project luncht KunstBaan naast de arbeiders. De kunstwerken komen uiteindelijk in de wandelgangen, bij de bedienden. Soms levert het personeel ook een kleine artistieke bijdrage aan de projecten, zoals een vingerafdruk, of schilderen ze mee. De werknemers starten ook onderling gesprekken over het project. /

Wat als we samen werken aan inclusie?

Hoe zorg jij voor diverse stemmen in je organisatie?

Leg contact. Ga eens een koffie drinken.

Ga buiten je vertrouwde netwerk op zoek naar andere stemmen, uit andere organisaties. Of andere sectoren. Noteer 3 interessante namen.

→ www.kunstbaan.be



Duik het volledige portret in

“Het is eerder een
EVOLUTIE dan een
revolutie”



Schakel tussen bedrijf en kunstenaar

Arteconomy is Julie Vandenbroucke. Zij zet bedrijven en kunstenaars samen aan tafel. Soms stelt een bedrijf de vraag een kunstenaar te zoeken, soms stellen ze zelf iemand voor, of er is een open call, of een long list.

“Het gaat om heel uiteenlopende vragen. Kunst kan een plaats krijgen binnen de bedrijfswereld als decor, als evenement, als instrument, of kunst als transformatie. Deze 4 verschillende niveaus zijn een indeling van de Deense professor Lotte Darsø.”

Zo zocht Ceci n'est pas une piscine, een bedrijf dat ecologische zwembaden bouwt, een kunstenaar. Omdat de bedrijfsleider iets wou doen dat niemand hem voordeed. Soms vraagt de CEO naar het versterken van de relatie tussen de werknemers. Of, MIVB bijvoorbeeld vroeg kunstenaar Steve Schepens om kunstwerken te maken rondom het thema veiligheid. Om zo de werknemers bewust te maken van hun verantwoordelijkheid.

Of er in de 20 jaar dat Arteconomy bestaat, veel veranderd is? Of de bedrijfswereld en kunstenaars elkaar makkelijk vinden?

“Van 2002 tot 2011 stonden de kranten bol van artikelen over de samenwerkingen die Arteconomy opzette. We deden stof opwaaien, maar dat stof is wat gaan liggen. En, ik zeg het graag met de woorden van professor Ariane Berthoin: Het is eerder een evolutie, dan een revolutie.”

“Bovendien is er een verschil tussen art thinking en design thinking. Een kunstenaar vraagt zich niet af wat de eindgebruiker vindt van zijn creatie. Die gaat uit van zijn eigen visie. Zo worden ze ook opgeleid. Ze zijn goed in het aangaan van processen, veranderingsprocessen. Dat is echt een verschil. En dat is goed.”

“Een designer zal dus makkelijker aansluiting vinden bij de manier van denken van een bedrijfsleider. En niet alleen dat. Het blijft nog vaak bij het evenementiële, de kunstenaar aanspreken om te zorgen voor innovatie is vaak nog een stap te ver.”

Geen afhankelijkheid, wel partnerships

Michel Espeel, Julies man, was bedrijfsleider van Constructies Espeel, een metaalbedrijf in Roeselaere. Julie en Michel, beide kunstliefhebbers kochten een werk van Paul Gees in 1989. Gees vroeg of ze hem konden helpen met de realisatie van grotere metalen kunstwerken. Zo ging de bal aan het rollen.

“Meer dan 100 kunstenaars zijn bij ons terecht gekomen. Voor de productie van hun kunstwerk, of een deel ervan. Jan Fabre bijvoorbeeld, liet tafels maken voor ‘Je suis sang’. Ook Honoré d’O kwam langs, wiens werk je niet direct associeert met metaal.”

“We werkten altijd op maat van de kunstenaar. Aan een jonge kunstenaar stelde mijn man voor om pas alles te betalen als zijn werk verkocht was. Als het een openbare instelling was, rekenden we gewoon een prijs aan. De kunstenaar betaalde altijd iets, soms enkel het materiaal, en dan kregen ze de werkuren. Of omgekeerd.”

Het metaalbedrijf wilde geen afhankelijkheid, wél partnerships.

“Het is op een heel organische manier gegroeid. De eerste 7 jaar kregen we enorm veel aanvragen binnen. Pas nadien zagen we dat het meer was dan éénrichtingsverkeer. Er ontstonden partnerships. De kunstenaar had, op zijn beurt, het bedrijf heel wat te bieden.”

En zo ontstond het idee voor Arteconomy. Julie Vandenbroucke wou bewijzen dat het omgekeerde ook kon: bedrijven die een kunstenaar betrekken om een oplossing te zoeken voor een probleem.

Een beter product dankzij gelijkwaardigheid

Julie gelooft niet in hiërarchie, wél in samenwerking vanuit gelijkwaardigheid.

“Espeel had al een open cultuur. Er was weinig hiërarchie. Iedereen had zijn taak, én de medewerkers luisterden naar elkaar. Gelijkwaardigheid was belangrijk. Ook ik maak geen onderscheid tussen een koning en een bedelaar. Beiden hebben iets te bieden. Ook aan elkaar.”

“Zo’n 80% van de werknemers op de vloer, wilde niet samenwerken met een kunstenaar.



Julie Vandenbroucke

Julie Vandenbroucke richtte in 2002 Arteconomy op en is er tot op vandaag directeur. Arteconomy is gegroeid uit het samenwerkingsmodel tussen kunstenaars en Constructies Espeel, het bedrijf van haar man, dat ze samen hebben ontwikkeld in de periode 1989-2008.

Julie begeleidde diverse samenwerkingen tussen kunstenaars en bedrijven, gericht op economische, technologische en sociale innovatie. Zij wil deze samenwerkingen blijvend strategisch implementeren bij zowel kunstenaars als bedrijven.

Zo’n 10% van de arbeiders kwam eens kijken, draaide wat rond, toonde hun werk. Maar echt samenwerken, dat was een stap te ver. De overige 10% had wel die behoefte. Het was vaak even zoeken, maar als ze het gewoon waren, werkte het.”

“Zo vertelde één van de medewerkers dat hij, dankzij één van de kunstenaars, meer zelfvertrouwen kreeg. De kunstenaar kwam met een probleem en vroeg die arbeider om mee na te denken over een oplossing. Die voelde zich gewaardeerd, kreeg bevestiging. Die arbeider dierf later ook feedback geven aan een ingenieur, in wiens opdracht hij iets uitvoerde. Het resultaat? Een beter product.”

Arteconomy volgt de omgekeerde weg. Het bedrijf heeft een probleem – niet de kunstenaar – en de kunstenaar bekijkt het, onderzoekt het, zoekt een oplossing.

“Het is een heel ander vertrekpunt. Niet vanzelfsprekend. Zelfs mijn man heeft nooit beroep gedaan op een kunstenaar. Hij had er geen behoefte aan. Er was wél kruisbestuiving tussen de kunstenaar en de arbeiders.” /

Arteconomy

Arteconomy verbindt kunst, creatieve industrieën, wetenschap, technologie, economie en onderwijs met elkaar door hen buiten hun denkkaders te laten treden en hun organisatie of regio te versterken. Met als doel nieuwe ideeën, nieuwe producten, nieuwe diensten en een andere kijk op de organisatiecultuur of -structuur te creëren.

Lees het volledige interview



Waarschootstof: **ACTUELE WAARDE** van een textielverleden

De Meetjeslandse gemeente Waarschoot was in de 17e eeuw een bloeiend textieldorp. Met zelfs een eigen ‘waarschootstof’. Julie D’Aubioul, inwoner van Waarschoot, én nieuwsgierige architecte onderzocht de geschiedenis van het textielbedrijf SAW in het dorp. Zij inspireerde een groep vrijwilligers tot een projectjaar vol activiteiten en belevenissen met ‘textiliens’ in de hoofdrol.



Het projectjaar in 2019 werd een succes. Met een brede variatie aan activiteiten: een expo, boek, docu, lezingen, een fiets- en wandelkaart, en een straffe ploeg vrijwilligers. De Erfgoedprijs 2020 was een terechte bekroning.

De nieuwsgierige architect in het verhaal, Julie D’Aubioul deelt samen met Thierry Van Damme, CEO bij B&T Textilia haar inzichten over de onverwachte partnerships.

Alles begint met een klein zaadje

Thierry “In het verhaal van Waarschootstof plantte Julie D’Aubioul het zaadje. Ze woont in een oud fabriekspand van SAW, een textielbedrijf dat ook tot onze textielgroep hoort. Het prikkelde haar nieuwsgierigheid naar het erfgoed in ons dorp. Ze kwam onder meer op bezoek bij B&T Textilia en daar groeide het enthousiasme om het textielverleden zichtbaar te maken.”

Julie “Ik heb misschien wel het zaadje geplant, maar dat is bijkomstig als je ziet wat voor plant eruit is gegroeid. Ik had geen band met het dorp Waarschoot. Mijn

interesse groeide door in het pand te wonen. En, ik heb natuurlijk een hart voor onroerend erfgoed. Door namen terug te vinden op oude bekledingen in het gebouw waar ik woon, komt ook de menselijke kant van die geschiedenis naar boven.”

Zonder enthousiasme, geen verhaal

Julie “Ik leerde mensen kennen en luisterde naar hun verhalen. Zo verwonderde ik me meer en meer over het feit dat die textielgeschiedenis nauwelijks nog bekend was. Terwijl dat zo’n grote impact heeft gehad op het dagelijks leven van veel gezinnen. Ik contacteerde ook Thierry, met de vraag of hij iets wou doen rond die geschiedenis. Zo zijn we met een aantal vrijwilligers beginnen brainstormen.”

Thierry “Ik wil ook niet dat al het erfgoed hier in Waarschoot verloren gaat. Dat erfgoed, die verhalen, zijn de roots van ons bedrijf. De lokale verankering van B&T Textilia is belangrijk. Iedereen die meewerkte had zijn eigen connectie met het textielverleden. Het enthousiasme van de mensen die het project trokken, zorgde voor een bijzondere dynamiek.”

Samen springen

Julie “De eerste brainstormsessies verliepen eerder chaotisch. Ik had nog nooit zo’n project gedaan en had alleen een abstract idee. Dus ik had ook niet de neiging om iets naar me toe te trekken. Een aantal mensen begon de leiding te nemen. Zo kregen losse ideeën meer vorm. Aan het einde van één van de brainstormsessies, was er een kantelpunt. We zaten met de groep samen en Sophie Anseeuw van IOED Meetjesland (COMEET) kwam met het plan voor een subsidiedossier. Ze somde de hele lijst op met wat we gingen doen in dat jaar. En toen moesten we beslissen: doen we dit of niet?”

Er is nooit genoeg tijd, en geld

Julie “Je mag nog zoveel ideeën en ambitie hebben, op een zeker moment wordt het moeilijk als er te weinig tijd en centen zijn. Ik denk dat we allemaal een jaar lang op ons tandvlees hebben geleefd en onze hobby’s en kinderen verwaarloosd.”

“Je hebt startkapitaal nodig om praktische dingen, zoals de verzekering van de tentoonstelling of de druk van het boek te regelen. Dankzij subsidies van de provincie en van Vlaanderen hadden we 25 000 euro. Dat klinkt als een groot bedrag. Maar als je dat verspreidt over zoveel projecten, schiet er niet veel over. Er is vooral heel veel gratis werk geleverd door alle vrijwilligers.”

Thierry “B&T Textilia is altijd zeer enthousiast over dit soort projecten, maar we zijn natuurlijk een commercieel bedrijf. Je kan daar niet ongelimiteerd middelen en mensen voor vrijmaken. Als we getouwen lenen voor een kunstproject, moeten onze stylisten en wevers zich daarmee bezighouden. En ondertussen kan je geen bestellingen opvolgen en zorgen dat er brood op de plank komt.”

Ieder zijn moment om te schitteren

Julie “Als je met een groep vrijwilligers werkt, is het altijd gevoelig wie met de eer gaat lopen. Ik denk dat we mooi de kerk in het midden hebben gehouden. Iedereen heeft kunnen schitteren. We hebben er allemaal bewust over gewaakt dat de eer naar de groep ging, of naar de mensen die zich het meest ingezet hadden voor een bepaald onderdeel.”

“Het is belangrijk dat het bespreekbaar is. Daarvoor zijn informele bijeenkomsten zo belangrijk: het werkt niet als je altijd rond de vergadertafel zit. Het vertrouwen groeit pas als je samen iets gaat drinken.”

“Dat erfgoed,
die verhalen,
dat zijn de roots
van ons bedrijf.”

Thierry Van Damme



Thierry “Voor ons als bedrijf was dit een win-winsituatie. We toonden wat de impact van de textielindustrie was op de streek. Daarnaast lieten we zien dat we er nog staan, als bedrijf, dat de textielsector in Vlaanderen nog niet helemaal verloren is. Ook de waardering van handenarbeid is een belangrijke dimensie, in de hoop dat ook jongeren inzien dat het een interessante sector is om in te werken.”

De beloning zit in kleine dingen

Thierry “In Waarschoot was er veel katoen en vlas. Die hele industrie had een zeer grote impact op het lokaal leven: er werkten toch 2000 tot 3000 van de 7000 inwoners in de textiel. Voor ons is het belangrijk dat we dat verhaal kunnen vertellen. We hebben veel dingen ontdekt die we niet meer wisten, door de vele interviews met mensen die al op pensioen waren. De verhalen zitten bij de mensen. Als de mensen overlijden, zijn die verhalen ook weg.”

Julie “Als de mensen die het beleefd en meegemaakt hebben, geïnteresseerd zijn, dan ben je bezig met wat het verhaal heeft betekend voor het dorp. Het is toch altijd een beetje afwachten of er volk gaat komen, zeker als het over erfgoed gaat. Dat vinden mensen

meestal een beetje stoffig. Ik dacht niet dat de recente geschiedenis nog zo'n traumatische ervaring was (door de sluiting van de fabrieken), een sociaal drama waar mensen liever niet aan herinnerd worden. Maar ik denk dat we dat overstegen hebben. Textiel heeft ook voor veel werk en welvaart gezocht.”

De geschiedenis levert inspiratie voor de toekomst

Thierry “We zijn bezig met een Textiellab op te richten om een vervolg te geven aan Waarschootstof. Een levend museum met een poot in het verleden en één in de toekomst, een kenniscentrum waar ook plaats is voor duurzaamheid, een ontmoetingsplek met kunstenaars, designers, andere bedrijven en het onderwijs.” /



“Door namen terug te vinden op oude bekledingen in het gebouw waar ik woon, komt ook de menselijke kant van die geschiedenis naar boven.”

Julie D'Aubioul

- www.waarschootstof.be
- www.comeet.be
- www.bttexilia.com

“

Cultuur is meer dan theater, is meer dan wat het cultuurcentrum programmeert. Ook voor bedrijven is het interessant om in cultuur te investeren. Met cultuur kan een bedrijf zijn maatschappelijk engagement tonen. Zo laat je zien dat het om meer draait dan winst maken.

**Nele
Provoost**
BIE Midwest



Lees het
grensverleggend
verhaal van
BIE Midwest

**DE
ANDERE
HELFT**

**SOPHIE
DE SOMERE
ONBETAALBAAR**

**SORAYA
WANCOUR**
Studio AMA



**@STUDIO_AMA_
@ONBETAALBAARVZW**



Luister naar
het verhaal van
ONBETAALBAAR

**BILAL
ABBAS**
Masala vzw

**THOMAS
VERVAET**
Netwerk Ondernemen



OP/TIL legt sterke
verbindingen. Tussen spelers
uit de brede cultuursector,
én over sectorgrenzen heen.
We namen alvast een patent
op een 'culturele Tinder'.
In de marge van elk event
koppelen we deelnemers aan
een blind date.

@MASALA_GENT
@NETWERK_ONDERNEMEN



Luister naar
de podcast met
Bilal Abbas

Waar kunstenaars en ondernemers

SAMENKOMEN

kan iets moois ontstaan

De tentoonstelling Home Stories in het Designmuseum Gent belichtte 20 visionaire interieurs uit de laatste 100 jaar. Centraal in de tentoonstelling staat een object dat niet zo makkelijk te definiëren valt. Je zou het een organische kamer kunnen noemen, een psychedelisch gekleurde en gestoffeerde grot of een indoor landschap. Als bezoeker mag je de installatie – zonder schoenen weliswaar – betreden en er helemaal in verdwalen.

Het

ding blijkt 'Fantasy Landscape' te heten en is een ontwerp van Verner Panton voor Bayer. De chemiegigant stelde het in 1970 tentoon tijdens de Keulse meubelbeurs, op een plezierboot nog wel. Bayer toonde er hoe zijn producten konden toegepast worden in de woonomgeving. Enkele van de ontwerpen die Panton daar exposeerde gingen later ook in serieproductie.

Ondernemers met lef

Het is niet het enige verhaal in de design-geschiedenis van succesvolle samenwerkingen tussen kunstenaars en ondernemers.

In de jaren 1960 waren er in Italië bijvoorbeeld heel wat bloeiende samenwerkingen tussen visionaire artiesten en ondernemers. Kunstenaars als Ettore Sottsass werkten er samen met grote bedrijven als Olivetti of ondernemers met lef zoals Zanotta. Die samenwerkingen wierpen zowel artistiek als commercieel vruchten af. Veel van de objecten die toen

ontstonden vind je onder meer in de collecties van het MoMA of het Centre Pompidou.

Ook Charles en Ray Eames (vandaag vooral bekend van hun stoelen) werkten als kunstenaars intens samen met bedrijven als IBM, Boeing of Polaroid. Ze leenden hun creatieve visie onder meer voor films en tentoonstellingen.

Kunst en het bedrijfsleven: twee aparte werelden?

Werken kunstenaars, visionaire ontwerpers en bedrijven vandaag minder samen dan toen? Zouden industriële bedrijven vandaag nog durven uit te pakken met zulke avant-garde-ontwerpen? Wie zijn de Bayers en Olivetti's van vandaag?

Als we zeggen 'kunstenaar' dan heb je vast een beeld in gedachten. Dat is wellicht heel anders dan wat je je inbeeldt bij 'bedrijfsleider'. Vandaag de dag lijken we de kunstwereld en de bedrijfswereld als twee aparte werelden te percipiëren. Akkoord: Heel wat CEO's hebben een passie voor kunst of zijn kunstverzamelaar. En tegelijk zijn er best wel wat kunstenaars die een kleine onderneming runnen (er zijn er zelfs die een heel grote onderneming runnen, denk maar aan Damien Hirst). Maar de perceptie loopt heel erg uiteen.

Nochtans zijn er heel wat overeenkomsten tussen kunstenaars en ondernemers. Ze willen beiden de wereld veranderen. Ze voelen beiden de drang om iets in de wereld te zetten dat van hen is, om te reageren op wat er is en om dat te veranderen of beter te maken. Ze spiegelen ons een betere toekomst voor met hun verbeelding. Het zijn dromers en visionairen, die anderen inspireren en de wereld voor vele mensen beter maken.

Succesvolle samenwerkingen in eigen land

In eigen land zijn er heel wat voorbeelden te vinden van succesvolle samenwerkingen tussen bedrijven en kunstenaars.

Zo maakt kunstenaar Thomas Renwart van Les Monseigneurs wandtapijten, die hij produceert bij, meestal Belgische weverijen zoals bijvoorbeeld Verilin. Zijn praktijk zet de traditie van vroeger verder, toen kunstenaars als Rubens zogenaamde 'kartons' schilderden die ze vervolgens lieten weven door ambachtslui.

Ook Kris Martin, een kunstenaar die vorig jaar tentoonstelde in het S.M.A.K., werkt geregeld samen met bedrijven. Een van zijn meest recente creaties is een set tafellinnen met daarin geweven het woord 'Idiot', een motief dat vaak voorkomt in zijn werk. Om deze set te maken ging Martin in zee met een producent van matrastijken, Maes Mattress Ticking. Zij beheersen de techniek om damast te weven (een weeftechniek waarbij tekeningen aangebracht worden op een achtergrond van dezelfde kleur).

Buiten de eigen logica

Voor de kunstenaars is het inspirerend om in zulke bedrijven terecht te komen en te zien welke expertise aan materialen, ambacht en processen er is. Voor de bedrijven is het net interessant om te experimenteren, nieuwe technieken te verkennen en eens buiten hun eigen logica te denken, en uiteraard om naar buiten te treden met unieke producten die blijf geven van eigenheid en identiteit.

Onze droom is dat kunstenaars en bedrijven elkaar nog veel meer mogen bestuiven.

Waarom zetelen bijvoorbeeld niet meer kunstenaars in raden van advies? Ze kunnen bedrijven en organisaties een ander perspectief bieden, kritisch zijn en hen dwingen om zichzelf en hun maatschappelijk doel in vraag te stellen. Kunstenaars kunnen als geen ander met een nieuwe blik naar problemen kijken en oplossingen bedenken die verder gaan dan wat voor de hand ligt.

Artist-innovators in jouw bedrijf

De non-profitorganisatie Upstart Co-Lab uit New York deelt die mening. Zij zetten zich in om het potentieel van wat ze 'artist-innovators' noemen in de verf te zetten. Want volgens

hun oprichtster Laura Callanan zijn heel wat bedrijven op zoek naar creatieve werknemers, maar negeren ze de talloze kunststudenten die ieder jaar afstuderen. En waarom? Het zijn net die mensen die uitblinken in het bedenken van radicaal vernieuwende ideeën. De bedoeling is volgens Callanan helemaal niet om kunstenaars te dwingen om voor pakweg IBM te werken. Kunstenaars moeten vooral kunstenaars blijven. Ze wil wel aan bedrijven duidelijk maken dat ze heel wat potentieel laten liggen qua diversiteit en creativiteit.

Bedrijven en organisaties kunnen ook voor kunstenaars best wat te bieden hebben: ze kunnen hun knowhow openstellen voor kunstenaars die erin geïnteresseerd zijn: de processen die ze beheersen, de materialen waar ze mee werken. Ze kunnen ruimte aanbieden als atelier of residenties organiseren. Weinig is immers zo inspirerend voor een kunstenaar als een terrein met nieuwe materialen en nieuwe ontmoetingen. Een mooi voorbeeld daarvan is hoe natuursteenbedrijf Van Den Weghe met kunstenaars samenwerkt. Kunstenaars die met hun materialen willen werken, zijn welkom om samen de mogelijkheden te onderzoeken. Daaruit ontstonden al vele jarenlange samenwerkingen, onder meer met Muller Van Severen en Pieter Vermeersch.

Investeren met impact

Maar er is nog meer mogelijk. Upstart Co-Lab werkt ook rond 'impact investing': het idee dat investeerders met hun financieel beleid een maatschappelijk verschil kunnen maken. De kern daarvan is dat je kapitaal steekt in projecten met een positieve maatschappelijke impact (en uiteraard ook een financiële return), in plaats van in pakweg grondstoffen of vervuilende industrieën. Een voorbeeld van zo'n project is wat kunstenaar Theaster Gates doet in de South Side van Chicago. Daar kocht en transformeerde hij een verkommerde buurt, richtte er kunstencentra op voor de gemeenschap, bouwde betaalbare woningen en opende er maakbedrijfjes met jobs voor de burens. Het project werd zo'n schoolvoorbeeld dat Gates ondertussen collega-kunstenaars helpt in Gary, Indiana en St. Louis om ook zulke projecten op te zetten.

Het zijn exact dit soort projecten die we als maatschappij nodig hebben, en die bij uitstek kunnen ontstaan waar kunstenaars, bedrijven en investeerders samenkomen. /

Artshizzle

Artshizzle is een samenwerking tussen Tim Vanheers en Rozemarijn De Keyser. Artshizzle verbindt mensen met en door kunst en cultuur. Tim en Rozemarijn organiseren onder meer workshops en activiteiten voor MSK, S.M.A.K. en Designmuseum Gent. Bovendien slaan ze graag bruggen tussen mensen en sectoren. Als ondernemers in de cultuursector zijn ze zelf een mooi voorbeeld van wat kruisbestuiving kan betekenen.

→ www.artshizzle.be

Allaert Aluminium schetst de impact van

SAMENWERKEN

met kunstenaars en designers

**Thomas Allaert,
CEO van Allaert
Aluminium, vertelt
en geeft tips**

WAT?

Allaert Aluminium uit Harelbeke maakt ramen, façades en deuren in aluminium en staal. CEO Thomas Allaert heeft een grote persoonlijke interesse in kunst en architectuur.

Dit bedrijf innoveert door samen te werken met kunstenaars. Bij architecten en designers levert het waardering en zicht op nieuwe mogelijkheden op, bij de medewerkers een boost van vertrouwen en vakkennis in een voorheen klassiek product en productieproces.

IDEE

Het begon met Re-Art, een initiatief van enkele bedrijven uit de regio. Re-Art staat voor reststroom (Re) en kunstenaars die met deze materialen creëren (Art). Een advocatenkantoor bood bijvoorbeeld oude papieren dossiers aan. Een expo toonde het eindresultaat. Opbrengsten gingen naar het goede doel.

Kunstenaars kozen zelf het bedrijf waarin ze aan de slag zouden gaan. Het bedrijf moest dus solliciteren. Allaert Aluminium deed mee.

Ondertussen verdiepte Allaert Aluminium de samenwerking met kunstenaars. Er kwam een tot de verbeelding sprekende artistieke installatie op een gekende interieurbeurs. De productie werkte aanstekelijk bij de medewerkers. De fierheid groeide. De aandacht van

pers en de curator van de beurs, en een bezoek van koningin Mathilde aan de stand deed het inzicht in de waarde van de realisatie groeien. Het eindresultaat veranderde de externe perceptie van het bedrijf in 'progressief en open voor ideeën'.

En dit opende weer nieuwe deuren: naar opdrachten van architecten met visie, artists in residence. Naar de productie van designlampen naar ontwerp van David Van Severen in opdracht van Maniera. Geleidelijk groeit ook de vaardigheid om afspraken te maken met kunstenaars. Om te bepalen wat wel en niet haalbaar is. Door het gewoon te doen leerde Allaert Aluminium veel, en groeide de strategie.

VERRASSEND

De verrassing zit vooral in de nieuwsgierigheid en de onvoorspelbaarheid van de effecten. Opnieuw gaat het op een indirect effect. Je moet het als bedrijfsleider ook willen en kunnen zien. Anders is het een resultaat dat je ontgaat. /



Duik het volledige portret in



“Bekijk naast kosten ook indirecte opbrengsten: het effect op de perceptie, de sfeer bij de medewerkers, de interne leerprocessen.”

Thomas Allaert



Wat als we onze passies delen?

Wat is jouw passie? Wat doet jou iedere dag gedreven ondernemen?

Met wie uit je netwerk, of buiten je netwerk, zou je die passie graag willen delen?

Noteer 3 namen, en connecteer via LinkedIn.

Ceci n'est pas une piscine

Xavier Glorieux is bedrijfs-leider van Ceci n'est pas une piscine. Met zijn bedrijf bouwt hij ecologische biozwembaden. En niet zomaar zwembaden, maar artistieke creaties op maat van zijn klanten.

niet zomaar zwembaden, wél artistieke creaties

Professionele tussenpartij

Xavier “Ik heb veel te danken aan Arteconomy. En in het bijzonder aan Julie Vandenbroucke. Zij dacht mee van in het begin: wie zou er bij ons bedrijf passen, wie zou het project zien zitten, en vooral: wie zou het kunnen?”

Robin “Ik kende Julie en Arteconomy al langer. De organisatie voelde meteen aan dat mijn type werk aansloot bij de visie van Xavier.”

Xavier “Een ander voordeel: dankzij Arteconomy was er van in het begin meer vertrouwen. Want uiteindelijk ken je elkaar niet, en dan komt zo'n derde verbindende partij goed van pas. Daarnaast kregen we hulp met alle praktische zaken, zoals de contracten.”

Robin “Julie was ook ons klankbord. Als ik met een ontwerp kwam, kreeg ik feedback van Xavier én van haar. Bovendien zorgt ze dat het project vooruitgaat en alles goed opgevolgd wordt. Zonder Arteconomy zou het proces een stuk langer hebben geduurd.”

Lang leve de vrijheid

Robin “Xavier geeft mij als kunstenaar veel ruimte. Dat apprecieer ik. Vorige opdrachten waren vaak heel concreet en afgebakend, en dan ben je niets meer dan een uitvoerder. Hier kreeg mijn fantasie vrij spel.”

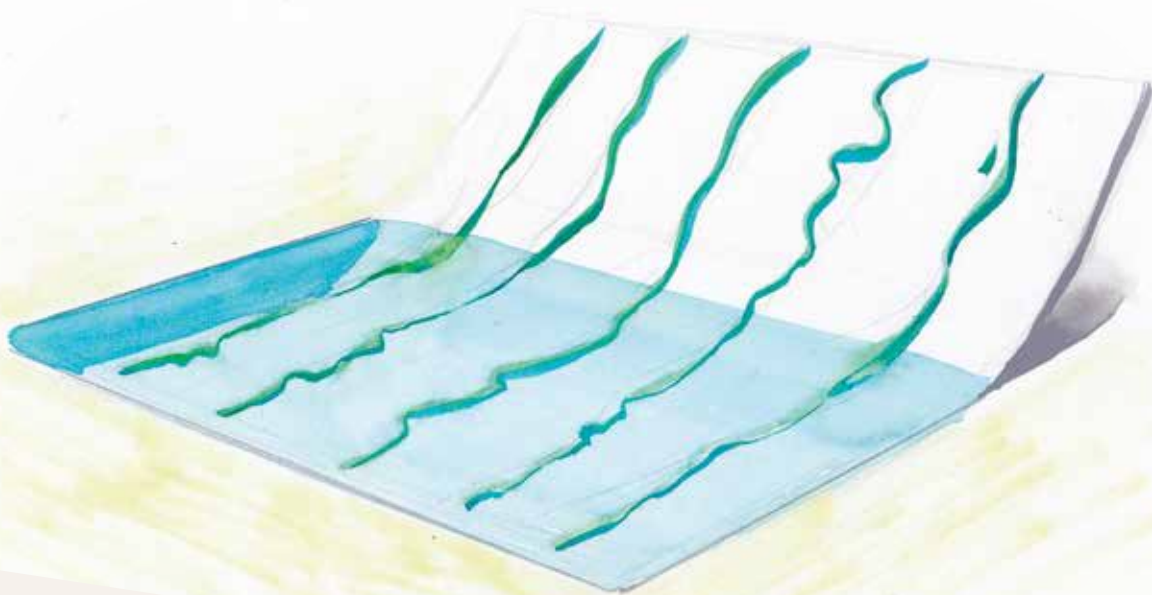
Xavier “Op een bepaald moment zocht ik een kunstenaar. Want ik had nood aan nieuwe input. Ik wilde iets anders doen, iets wat niet iedereen al gezien heeft. En dus klopte ik aan bij Arteconomy.”

Arteconomy is een organisatie die ondernemers in contact brengt met kunstenaars. Het doel? Nieuwe ideeën, producten of diensten creëren. En een andere kijk op de organisatiecultuur.

De mensen van Arteconomy luisterden naar het verhaal van Xavier en kenden vrijwel meteen de geschikte persoon: beeldend kunstenaar Robin Vermeersch.

Robin “Xavier en ik besloten dan maar om eens af te spreken in Galerie Zwart Huis in Brussel. We gingen een koffie drinken en merkten meteen dat er een match was.”

Uiteindelijk ontwierp Robin zes benaderingen van het zwembad. Daarbij speelde hij met factoren als ruimte, sculptuur en architecturale weerspiegeling.



Xavier “Ik vond het belangrijk om Robin los te laten. Hij heeft die vrijheid helemaal omarmd door altijd bij zijn eigen identiteit te blijven. Je ziet dat ook in zijn ontwerpen: dat zijn kunstwerken die je kan vullen met water. En als we al eens tips gaven over praktische zaken, paste hij ze altijd toe.”

Omarm de complexiteit

Robin “Dit was best wel een complex project, omdat het zo groots is. Bovendien komen er bij een zwembad ook tal van technische aspecten kijken. Dat maakt het heel anders dan bijvoorbeeld een betontegel ontwerpen.”

Xavier “Ook voor mij vraagt dit project veel energie, omdat we zo dicht mogelijk bij de ontwerpen willen blijven. Hier ga ik niet zomaar een lijn aanpassen omdat dat dan makkelijker zou bouwen. Als je zelf iets ontwerpt, doe je dat sneller.”

Nieuwe aanpak, nieuwe wereld

Xavier “Sinds de samenwerking met Robin durf ik een stuk verder te gaan in mijn ontwerpen. Ik heb geleerd: doe gewoon je ding. Want hoe meer je je ding doet, hoe toffer de mensen dat gaan vinden. Net als bij kunstenaars. Die doen hun ding, en sommige mensen zijn fan, en anderen niet.”

“Natuurlijk zitten wij in een markt waarin we op een bepaald moment iets moeten verkopen. Toch merk ik: hoe meer ik mijn eigenheid behoud en hoe minder ik me laat beïnvloeden, hoe beter de projecten zijn op het einde van de rit.”

Robin “Voor mij bestaat de grootste meerwaarde erin dat je telkens in contact komt met een nieuwe wereld, die je dan beter leert kennen. De zwembadwereld was mij totaal onbekend. Ik wist bijvoorbeeld niet dat er verschillende takken bestaan. Zoals Xavier, die op een meer ecologische manier werkt en zich ook anders profileert dan de typische zwembadbouwer.”

Anders denken

Xavier “Samenwerkingen tussen de kunstensector en de bedrijfswereld zijn echt een verrijking. Ik raad het iedereen aan. En ik merk ook dat er animo voor is. Veel mensen weten gewoon niet hoe ze zo'n samenwerking moeten aanpakken. Hen verwijs ik steevast door naar Arteconomy.”

Robin “Hoe meer links tussen kunstenaars en bedrijven, hoe beter. Omdat kunstenaars vanuit een totaal andere hoek komen, kunnen ze nieuwe ideeën aanreiken. Daarom zie je hen soms ook zetelen in de denktanks van bedrijven.”

“Verder vind ik het fijn dat de samenwerking zo concreet was. In de kunstwereld wordt er vaak mistig gedaan over praktische zaken. Dat is een groot verschil met het bedrijfsleven.”

Een goeie fles wijn

Robin “Een tip voor mensen die willen samenwerken: ga eens samen eten, trek een goeie fles wijn open, leer elkaar beter kennen. Het is belangrijk dat het klikt. Ook belangrijk: goede afspraken, bijvoorbeeld in de vorm van een contract.”

“En kunstenaars, laat je niet inzetten als een commercieel medium. Dan bedoel ik: dat bedrijven je kiezen voor je naam en niet voor je ontwerp. Blijf op je eigen pad, met natuurlijk ruimte voor kleine toegevingen. En ten slotte: maak een goede planning op.”

Xavier “Zorg dat je als bedrijf op voorhand weet wat je wilt. Wat verwacht je als je iemand vindt? Welk ontwerp heb je nodig en wat doe je ermee? Pas daarna kan je iemand gaan zoeken.

“Wees ook eerlijk. Om samen iets te kunnen scheppen, moet je je gedacht kunnen zeggen. Net daarom is die klik zo belangrijk.”

Meer gelijkenissen dan je denkt

Robin “Ook kunstenaars maken een product, al is dat product in wezen nutteloos. En ook kunstenaars moeten overleven en hun kunst aan de man brengen. Dus in die zin ben ik ook een ondernemer. Gewoon van een andere orde dan Xavier.”

Xavier “Ik zie mezelf wel niet als een typische ondernemer. Met mijn bedrijf heb ik andere doelen voor ogen dan geld verdienen of de grootste zwembadzaak van België worden. Wat ik belangrijk vind? Zaken als geluk, een nalatenschap creëren, dingen scheppen. Daarmee wil ik overleven en iets deftigs opbouwen.”

“Elk project moet uniek zijn. Ik kick op die samenwerking met klanten, op het bepalen van het kleinste detail. Dát doe ik graag. Volgens mij zou ik een betere kunstenaar zijn (lacht).”

Robin “Daarin vinden we elkaar ook. Ik ben geen kunstenaar die commercieel denkt. Sommige kunstenaars zijn wel zo. Zij maken iets, zien dat het aanslaat en blijven erin verder werken. Voor mij moet er altijd een nieuwe uitdaging zijn, wat commercieel gezien minder interessant is.”

Xavier “Voor ons was het heel wat evidentier geweest om de meest populaire kunstenaar in te schakelen. Om die persoon te vragen een tekeningske te maken, dat op ons zwembad te plaatsen en het vervolgens onder die naam te verkopen. Daar zou een grote markt voor zijn! Maar dat zochten we niet.” /



“Ik heb geleerd: doe gewoon je ding. Want hoe meer je je ding doet, hoe toffer de mensen dat gaan vinden. Net als bij kunstenaars. Die doen hun ding, en sommige mensen zijn fan, en anderen niet.” **Xavier Glorieux**



Wat als je werkt aan een waardevolle match?

Hoe zorg je voor een goede samenwerking? Krijg 10 tips.

1

Ga eens samen eten, trek een goeie fles wijn open, leer elkaar beter kennen. Het is belangrijk dat het klikt.

2

Wees eerlijk. Om samen iets te kunnen scheppen, moet je je gedacht kunnen zeggen.

Stel vragen. Kijk hoe de ander reageert en leer daaruit.

4

Start niet met heel veel verwachtingen, wel met een open blik.

3

Vertrek vanuit gelijkwaardigheid. Zoek samen naar wat elk nodig heeft, zoek samen naar het doel van de samenwerking.

5

We spreken een andere taal, hebben andere gewoontes. En soms is het goed iets van de ander over te nemen, of minstens te accepteren dat het ook anders kan.

10

6

Maak afspraken. Leg deadlines vast, zorg dat de royalties van de kunstenaar in het contract komen, ... Het gaat soms om heel kleine dingen, én die zijn vaak belangrijk.

7

Zorg dat er voldoende overleg is. En, bewaak het finale resultaat.

Weet als culturele organisatie, of als kunstenaar ook dat niet iedereen jouw taal spreekt. Veel mensen missen kennis en context om de kunsten te lezen. Ook bedrijfsleiders.

8

Het is te optimistisch om te denken dat je iedereen meekrijgt. Werk met wie geïnteresseerd is in je project.

9

“

Seizoenen spreken niet met jongeren. Er is geen enkele 19-jarige die in september denkt: ik ga een ticket kopen voor een voorstelling in april. Wat als je 20% van je tickets standaard vasthoudt, tot een week vóór de voorstelling, zelfs al kan je meteen alles uitverkopen.

**Bert
Pieters**
DIFT



Luister
naar de
podcast

“

In alles wat we doen, stellen wij ons de vraag: hoe doen ze dat in andere sectoren, wat werkt en wat niet? De cultuursector staat soms achter op andere sectoren, als het gaat om ondernemerschap en digitalisering bijvoorbeeld.

**Edith
Leblanc**
Klub Kultuur



Lees het
hele dubbel-
interview

O.666
transformeert voormalige
visserijcoöperatie tot

THUISHAVEN, BROEDPLAATS EN LABO



**Michiel De Baets,
projectcoördinator,
vertelt en geeft tips**



WAT?

O.666 transformeert van voormalige visserijcoöperatie tot thuishaven, broedplaats en labo voor individuele makers, burgerinitiatieven, sociale, ecologische, en kunstorganisaties. Elke partner draagt bij en krijgt inspraak over de 'commons'.

O.666 wil met zoveel mogelijk Oostendenaars 'samen' stad maken. Inspirerende trajecten om kwetsbare jongeren en de arbeidsmarkt te verbinden, vormen de rode draad. Daarnaast zet O.666 in op een nauwe verbinding met de buurt en de stad Oostende. Zo krijgt de huidige site opnieuw betekenis.



CIJFERS

De vzw bestaat sinds 2017, maar toen was het gebouw nog een halve ruïne. In 2018 kreeg O.666 verbouwingssubsidies van de Vlaamse overheid. En, de organisatie mag van de eigenaar, de Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij (OVAM) het gebouw voor langere tijd gebruiken. Tot half 2020 omvat de werking vooral: de duurzame renovatie van het gebouw.

PARTNERS

De verschillende stakeholders zijn de dragende kracht van de organisatie. 14 stakeholders bevinden zich in de werking:

Atelier De Vonk, Arktos, Grafisch Collectief (Camille Paycha, Gus & Stella, Nana Esi, Victor Van Wassenhove, Ziggy Devriendt), Club Jacques, Duinhelm, FMDO, IDROPS, Ithaka, kleinVerhaal, KOEST, Proper Strand Lopers, Push Skate Academy, Tomattes Crevettes, ZANDZAND.

VERRASSEND

Verrassend is de constante zoektocht naar het 'matchen' van het DNA van de 14 stakeholders uit verschillende werkingsgebieden (kunstenaars, ondernemers, sociale organisaties, ecologische burgerinitiatieven, ...).

Wat is hier zo interessant aan? Het biedt veel kansen tot kruisbestuiving en door de vele verschillende doelgroepen, is er veel wederzijds begrip en voelt niemand zich in een hokje geduwd.

Wat is hier zo moeilijk aan? Ieder werkt op zijn eigen tempo, sommigen doen dit vanuit een businessmodel, ander vanuit een sociale insteek. Het is een constante zoektocht om hiertussen een juist evenwicht te blijven bewaren. /



Duik het volledige portret in → web.o666.be

WAT ALS WE SAMEN GAAN HUIZEN?

Welke ruimte in je buurt wordt niet gebruikt?

Wie is er op zoek naar ruimte?

Hoe zou je beide kunnen matchen?

TIL JE
PROJECT
OP

Til je
cultureel
project
op met

SUBSIDIES

Hou je van samenwerken? Wil je een nieuw publiek bereiken? Grijp je kans om te experimenteren en te groeien in je culturele praktijk. Vraag subsidies aan voor jouw bovenlokaal cultuurproject.

In 2019 ging het Bovenlokaal Cultuurdecreet van start. De Vlaamse overheid reikt 2 keer per jaar projectsubsidies uit voor jouw grensverleggende cultuurproject.

Met 15 mei & 15 november als deadlines.

Heb je een idee voor een grensverleggend cultureel project? Wil je weten of het past binnen de subsidielijnen voor bovenlokale cultuurprojecten? **Check het hier.**

Checklist

- Speelt je cultuurproject in op een concrete behoefte, of een kans? Denk aan talentontwikkeling, het bereiken van nieuwe doel-publieken, nieuwe werkvormen ... Of op een maatschappelijke trend of uitdaging in je regio?
- Is je idee te groot voor één gemeente, en te klein voor heel Vlaanderen?
- Leg je via samenwerking linken tussen verschillende cultuurdisciplines, of werk je samen met partners uit een andere sector?
- Doe je iets nieuws met je project, iets dat je niet elke dag doet binnen jouw culturele praktijk?
- Trekt een culturele actor of jeugdactor mét rechtspersoon, of een lokaal bestuur uit Vlaanderen of Brussel het project?
- Ligt de start van je project in de toekomst?
- Heb je een concreet projectplan met duidelijke stappen?
- Is je financieel plan gezond?



Leer meer over de betekenis van 'bovenlokaal'

Jouw resultaat

Heb je 1 tot maximaal 3 positieve antwoorden?

Je idee heeft potentieel. Komt het ook in aanmerking voor een bovenlokale projectsubsidie? Duik dieper in de voorwaarden via een webinar. Leg je idee op de rooster en toets het af.



Bekijk een webinar

Heb je 4 tot maximaal 6 positieve antwoorden?

Goed bezig! Verfijn je projectidee. Bouw je netwerk uit met partners. Stel vragen.



Gebruik onze handige toolkit



Vind inspiratie via de kaart met goedgekeurde projecten



Doorloop ons stappenplan

Heb je 6 tot maximaal 8 positieve antwoorden?

Je project is geslaagd voor de basisvoorwaarden. Gebruik eventueel de beleidsprioriteiten voor extra focus. Stel een aanvraagdossier op en boek een consult op maat. Een consultant van OP/TIL stelt samen met jou alles op scherp.

TIP Zorg je voor een eigen financiële inbreng? Kies voor cofinanciering met partners of een financieringsmix.



Leer bij met dit artikel over financiering

SerVies visualiseert vervuiling door fijnstof



Ellen Vandenbulcke,
coördinator van **Handmade**
in Brugge & **Emma Petillon,**
projectcoördinator, vertellen
en geven tips

WAT?

Handmade in Brugge ontwikkelde een Brugs servies, geglazuurd met lokaal geogst fijnstof, samen met stadsbewoners en keramisten.

Uit CurieuzeNeuzen Vlaanderen, het burgeronderzoek naar de luchtkwaliteit in Vlaanderen, blijkt dat de Brugse lucht op bepaalde plaatsen in de stad erg ongezond is. SerVies wil het probleem van fijnstof zichtbaar en tastbaar maken. En de discussie rond fijnstof aanwakkeren. En, het wil een breed publiek warm maken voor het ambacht van keramiek en glazuur.

CIJFERS

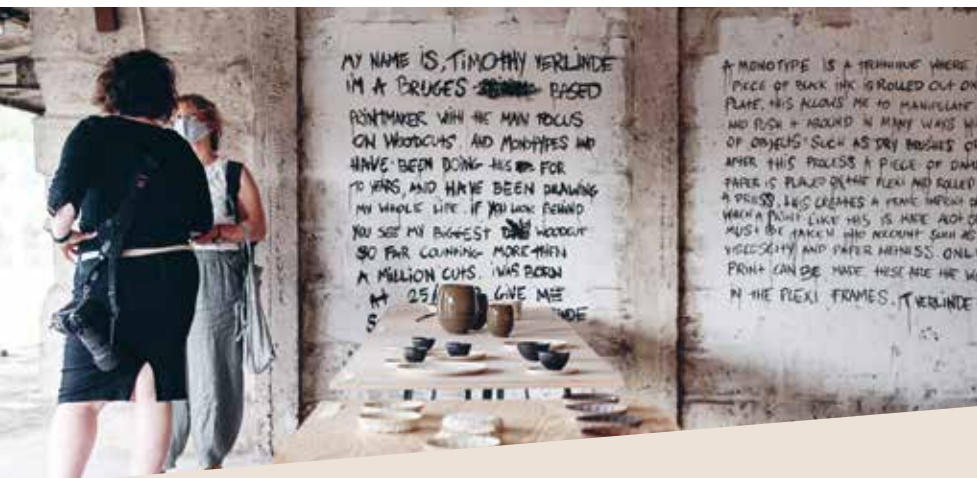
Tapis plein vzw (nu Werkplaats Immaterieel Erfgoed) laat vanaf 2009 jonge ontwerpers aan de slag gaan met ambachtelijke technieken. De ontwerpers exposeren en verkopen hun werk in leegstaande winkelpanden.

Nadien zet Handmade in Brugge een werking rond ambachten op voor de hele stad. Vandaag valt Handmade in Brugge binnen De Republiek, sinds 1830 een cultuurhuis én vandaag een creatief knooppunt in het hart van de stad.

SerVies zou plaatsvinden in 3 steden. Het start in Brugge, en wordt nadien opgepikt in Oostende. Mogelijk is er ook een samenwerking met een derde stad.

→ www.ser-vies.be

→ www.handmadeinbrugge.be



Emma Petillon



IDEE

SerVies is geïnspireerd op het Rotterdamse project servies. Het project steunt op de Nederlandse expertise voor het verzamelen en uitdrogen van het fijnstof en het maken en aanbrengen van glazuur op het keramiek.

In Rotterdam verzamelen ze het fijnstof participatief. Handmade in Brugge gaat een stapje verder. Er zit ook een vormingsluik aan het project. Het maken van het glazuur zal participatief verlopen. Naast beroepskeramisten betreft Handmade in Brugge ook hobbyisten en stadsbewoners. Het wordt dus een divers servies, met glazuur als bindmiddel.

GRENSVERLEGGEND

Handmade in Brugge is gegroeid vanuit de erfgoedsector. De organisatie wil geen stolp zetten op ambachten, ze niet in het verleden laten. Immaterieel cultureel erfgoed moet leven. Handmade in Brugge speelt in op tendensen en geeft zo ambachten een toekomst. Het mooie aan ambachten is dat ze op een snijpunt zitten van heel veel sectoren: erfgoed, ondernemerschap, design, toerisme, onderwijs ... /

“Kijk hoe je kan inspelen op nieuwe tendensen, ook vanuit erfgoed. Zo geef je erfgoed een toekomst.”

Ellen Vandenbulcke, Handmade in Brugge

WAT ALS WE SAMEN WAARDE WAARDEREN?

Welke 3 waarden zijn belangrijk voor jou?

Hoe vertaalt dit zich in je werk, je zaak of je organisatie?

Welke samenwerkingen zou je kunnen aangaan vanuit die waarden?



Duik het volledige portret in

Timmerwerkt
maakt meubels
én timmert
aan een

WARMESAMENLEVING

**Hans Gruyaert,
bezieler van
Timmerwerkt,
vertelt en geeft tips**



“Buig iets negatiefs om, en maak er een positief verhaal van.”



WAT?

Timmerwerkt biedt nieuwkomers een warm onthaal én een springplank naar de moeilijk toegankelijke arbeidsmarkt.

Dit sociale schrijnwerkersatelier vertrekt vanuit het potentieel, de motivatie en het doorzettingsvermogen van de nieuwkomers. Het stelt geen eisen aan hun taalniveau. Motivatie en aanleg voor het vak zijn belangrijker.

PARTNERS

Timmerwerkt werkt samen met de OCMW's van Gent, Evergem, Eeklo en Aalter voor de instroom. En met Duo for a Job voor de uitstroom, jammer genoeg enkel voor -33-jarigen.

IDEE

“Er is krapte op de arbeidsmarkt en er is onbenut arbeidspotentieel van nieuwkomers. Werkgevers hebben een rol te vervullen om deze kloof te dichten. Werk geeft zin en (zelf)vertrouwen en draagt bij aan een snellere integratie.”

Nergens in de Europese Unie is de werkzaamheidsgraad van personen, geboren buiten de Europese Unie, zo laag als in België. Er is niet alleen een verschil in kwantiteit, maar ook in de kwaliteit van de tewerkstelling. Ook hier doet België het niet goed.

Wat zijn de grootste drempels voor de nieuwkomers? De taal, de werkervaring, het beperkte sociale netwerk, transport (rijbewijs), degelijke en betaalbare huisvesting, vooroordelen bij werkgevers, en het feit dat werkgevers en nieuwkomers elkaar niet altijd vinden via de bestaande kanalen.

Hans Gruyaert richtte in 2018 samen met Olivier Provost Timmerwerkt op. Het atelier biedt een positief en constructief antwoord op de negatieve manier waarop we nieuwkomers al te vaak onthalen.

GRENsverLEGGEND

Timmerwerkt is duidelijk meer dan een schrijnwerkersatelier. Het is, naast een sociale plek, ook een plek van verhalen. Het atelier geeft met zijn podcasts een stem aan de vluchtelingen.

In de berichten over vluchtelingen krijg je vooral cijfers en statistieken te zien, zelden individuele verhalen. In de podcast Timmerwerkt ontmoet je een aantal nieuwkomers, druk timmerend aan een nieuw verhaal. Waar komen ze vandaan? Wat hebben ze meegemaakt? En wat zijn hun dromen en verlangens? /



Duik het volledige portret in

→ www.timmerwerkt.be

WAT ALS JE VERTREKT VANUIT VERONTWAARDIGING?

Welke kleine of grote maatschappelijke evoluties of uitdagingen zou jij graag willen aanpakken?

Wat verontwaardigt jou?

Hoe zou je dit kunnen oplossen, of ombuigen?

“Geloof in **PUBLIEK- PRIVATE SAMENWERKINGEN**”



Hassan wil van Capital de ‘Ikea van de jeugdontwikkeling’ maken. Hij wil er alles aanbieden rond jeugdontwikkeling, net zoals je in Ikea alles vindt wat te maken heeft met wonen. Denk aan workshops en trainingen, maar ook aan een verdieping waar je beroepen en sectoren leert kennen met behulp van *virtual reality*-technologie.

C

Capital is Hassans meest recente project. De vzw ligt in een pand in Brussel en is bedoeld als *hub* voor Brusselse jongeren. Zij kunnen er terecht om meer te leren over zichzelf en hun onderwijskansen, en ze kunnen er hun weg vinden naar diverse opleidingen, stages, jobs en ondernemerschap.

“Momenteel hebben we zeventien bedrijven en meer dan twintig organisaties als partner. In 2020 en 2021 kregen we meer dan 4000 jongeren over de vloer, wat enorm boven de verwachtingen lag. Soms zijn er weken waarin er meer dan 300 jongeren passeren. Dus ja, we zijn zeker blij.”

“Natuurlijk blijven we een start-up. We zijn er nog maar een jaar en willen eeuwenlang bestaan. Dus blijven we ons ontwikkelen en onze impact versterken. Ik zeg bewust niet ‘vergroten’, want onze impact is al groot en hoeft niet groter te worden – we zijn per slot van rekening een vzw, geen bedrijf.”

Wat Hassan dan wel bedoelt met ‘versterken’? “Dat we ervoor zorgen dat we die 4000 jongeren *béter* kunnen helpen.

Dat een groter deel van hen erin slaagt om financieel zelfstandig te worden. Dat ze iemand worden waarop ze zelf trots kunnen zijn.”

Zet in op publiek-private samenwerkingen

Hassan haalde voor Capital 1,5 miljoen euro op bij bedrijven en de overheid. Zelf is hij een grote voorstander van Publiek-Private Samenwerkingen (PPS).

“Wij willen de ideologie van zulke samenwerkingen verspreiden. Ik ga daar binnenkort een manifest over schrijven: ‘Youthshot’. Dat komt van ‘Moonshot’, de speech die Amerikaans president John F. Kennedy gaf waarin hij ertoe aanmaande om de privé- en publieke sector te laten samenwerken en zo op de maan te geraken. Ik ga hetzelfde zeggen, maar bij mij is het doel: 0 procent jeugdwerkloosheid.”

“Mijn droom is dat publiek en privaat meer samenwerken ten dienste van jongeren, om ervoor te zorgen dat zij hun optimale zelf kunnen zijn en zo de economie van morgen kunnen stimuleren.”

Contacteer je burens

Een andere tip van Hassan: contacteer je burens wanneer je zoekt naar sponsoring en investeringen.

“Iedereen springt op de grote investeerders. Maar slechts weinigen krijgen geld van de groten, die ook liever investeren in grote projecten. Behalve als je daadwerkelijk zo’n project hebt, is het dus belangrijk om te kijken naar kleinere investeerders.”

“Zie bijvoorbeeld hoe de voetbalclub van je gemeente het doet. Dat is een PPS in zuivere vorm. Zij kijken naar de winkels, bedrijven en fabrieken in hun buurt en vragen hen om sponsoring. En bij de overheid.”

Zijn PPS dan voor iedereen? “Nee, natuurlijk niet. Er zijn organisaties die dat niet kunnen, privéged hebben. Waar er zelfs vies gekeken wordt als je zo’n geld binnenhaalt. Een organisatie die therapie voor jongeren met trauma’s op touw zet, bijvoorbeeld. Zij moeten kunnen rekenen op subsidiëring voor de volle 100 procent.”

Focus op je kernactiviteit

Of Hassan advies heeft voor organisaties die hun vzw duurzaam willen maken?

“Focus op je kernactiviteit. En zoek daarvoor partners.”

“Met Capital zijn we momenteel 80% zelfbedruipend. Volgend jaar willen we naar 90%, het jaar erop naar 100%. De reden waarom we dat kunnen, waarom al die bedrijven willen investeren in ons verhaal, is omdat onze kernactiviteit zo concreet is: Brusselse jongeren inspireren en informeren over verschillende jobs met behulp van technologie.”

“Soms zie je organisaties met totaal verschillende activiteiten waarin ze dan niet uitblinken. Om zo toegang te krijgen tot meer geldpotten. Maar dat is niet duurzaam.”

Haast je langzaam

Hassan heeft nog een laatste tip voor ondernemers: *festina lente*. Dat betekent ‘haast je langzaam’ en zou een van de favoriete uitspraken van keizer Augustus geweest zijn.

“Als ondernemer kan je niet traag zijn. Anders zijn andere ondernemers je voor. Duizenden mensen denken hetzelfde, dus het gaat erom wie er als eerste met het idee aan de slag gaat en de nodige stappen zet.”

“Tegelijk moet je de stappen die je zet, *langzaam* plaatsen. Tijd nemen om te kijken of de beslissing die je wil nemen wel de juiste is. Anders ga je fouten maken. En misschien zelfs falen.” /



Vind
meer
info



Hassan Al Hilou

Hassan Al Hilou is geboren in Nederland en werkt in Brussel. Hij is een veelgevraagd spreker en adviseur over radicale diversiteit, inclusieve innovatie en maatschappelijke veranderingen. Hij zit ook in verschillende raden van bestuur, waar hij zijn ideeën rond innovatie, strategische verandering en diversiteit deelt.

Capital vzw

Capital vzw is een jeugdhub in Brussel. Verschillende projecten en organisaties werken er samen om Brusselse jongeren te empoweren, en hen te helpen om financieel zelfstandig te worden.

“Soms zie je organisaties met totaal verschillende activiteiten waarin ze dan niet uitblinken. Om zo toegang te krijgen tot meer geldpotten. Maar dat is niet duurzaam.”

Hassan Al Hilou

Wat als er een 'culturo' voor de deur staat?

Samenwerken met een culturele speler? 10 tips voor bedrijfsleiders.

1

Neem vragen van culturele spelers en kunstenaars ernstig. Bekijk wat mogelijk is.

2

Durf toe te geven dat je zelf niet alle expertise in huis hebt, en dat je hulp nodig hebt van buitenaf.

Cultuur kan bedrijven echt uitdagen.

3

4

Denk vanuit je buikgevoel, de langere termijn en persoonlijke waarden en normen, en minder vanuit cijfers, de bottom-line en praktische overwegingen.

6

In alle goede voorbeelden van samengaan van ondernemen en cultuur ligt de focus op de kunst. Niet op het commerciële.

7

Rijk willen worden, is niet de juiste drijfveer voor ondernemerschap. Je start beter vanuit het inhoudelijke, en vanuit een doel. En dat maak je best zo concreet mogelijk.

5

Maak je deel uit van een markt, en moet je op een bepaald moment ook echt iets gaan verkopen? Doe toch gewoon je ding, net als een kunstenaar.

8

Impact kan je alleen realiseren door samen te werken.

9

Denk aan je consument, aan je gebruiker, aan je doelgroep. Je doet het vooral voor hen.

Start gewoon. Doe het. De ervaring en strategie volgen wel.

10

“

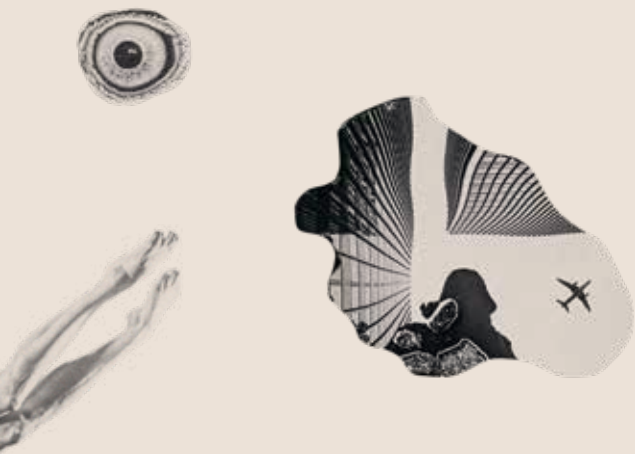
Wat kunst kan
betekenen voor
ondernemers?
Zichtbaarheid.
Content.
Verhalen.
Publiek.
En inspiratie.

**Katrien
Vanderbiest**
IMAGINAIR

VEROORZAAK
MEE

OP/HEF

OP/HEF is jouw jaarlijks ritueel. Hét inspiratie- en netwerkevent van OP/TIL. Voor cultuurmakers met lef. Breek uit je cultuurbubbel. En grijp onverwachte samenwerkingen. Met toerisme, onderwijs, de zorgsector, bedrijven ...



Wat als er meer kruisbestuiving zou zijn tussen de cultuursector en de ondernemerswereld?

Wat als de sectoren onderwijs en cultuur hand in hand gaan?

Wat als de zorgsector en de cultuurcentra elkaar kunnen versterken?

Wat als ...
Met de kennis van nu kijkt OP/TIL – samen met jou – naar de toekomst. Wat is de uitkomst van onverwachte combinaties? Hoe zet je de kracht van cultuur in? En hoe zorg je voor een verbindend resultaat?

“Reik je hand uit naar andere organisaties. Ook naar bedrijven. Durf toe te geven dat je zelf niet alle expertise in huis hebt, en dat je hulp nodig hebt van buitenaf.”

Yasmien Naciri,
auteur en veelzijdig ondernemer

Red de wereld

Om de wereld te redden, hebben we ook ondernemers nodig. Het Internationaal Monetair Fonds (IMF) berekende dat het miljarden dollars per jaar zou kosten om de Sustainable Development Goals (SDG's) in 2030 te bereiken. Maar als je de budgetten van alle socialprofitorganisaties en ontwikkelings Samenwerkingsprojecten bij elkaar optelt, zie je dat we er met hen alleen niet komen.

Breek uit je bubbel

Het kan niet genoeg gezegd worden: spring uit je comfortzone. Zo leer je andere mensen kennen, andere culturen, andere ideeën. Doe research. Stel vragen. En hou jezelf niet in omdat je vragen niet politiek correct zouden zijn. Vraag, kijk hoe de ander reageert en leer daaruit.

Meetbare maatschappelijke impact

Wat als impact meer waarde zou hebben dan financiële winst? Misschien gebeurt dat wel wanneer we cultuurbeleving meer gaan zien als de 'derde plek', waar je verblijft als je niet thuis of op het werk bent. En wanneer we binnen bedrijven een culturele poot opzetten. En wanneer we als cultuursector meer uitpakken met wat we doen.

OP/TIL verzamelt tijdens OP/HEF optillende ingrediënten, een bundeling van meningen, inzichten, suggesties, ambities en ideeën van de sprekers en deelnemers aan het inspiratie- en netwerkevent.



Meer ophef?
Ga naar de
OP/HEF-
website

**DIT IS
OP/TIL**





“Tets wat in til was, werd opgetild, dat wil zeggen: ‘er werd aan gewerkt’. Later werd in til gebruikt in de betekenis ‘in de toekomst, te verwachten’.”

De
blik van
Lieven

SAFE SPACES

de toekomst van de cultuursector?

Uitdagingen binnen de culturele sector

Hoe kan je een reflectie over de toekomst van de cultuursector doen zonder aan de coronasituatie te denken?

De pandemie waarin we ons bevinden zal een hele generatie tekenen. Eigenaardig aan zulke grote gebeurtenissen is dat ze vaak

als een katalysator werken voor de grote uitdagingen van hun tijd. Klimaatverandering, de strijd tegen racisme en seksisme, de strijd tegen elke vorm van misbruik, de strijd tegen inkomensongelijkheid, de strijd van eenieder om een plaats te vinden in een geglobaliseerde samenleving ...

De discussies die daaruit voortvloeien zijn vaak scherp en zeer persoonlijk. Daarom zie je ook steeds meer een tendens bij minderheden om naast het maatschappelijk debat eigen structuren op poten te zetten om in een veilige omgeving zichzelf te zijn. Ook binnen de cultuursector woedt er een debat over ongelijkheid en racisme. Ook daar zie je steeds meer bottom-up organisaties opgestart door jonge ondernemers die een veilige

haven willen creëren voor minderheden. Dit stelt mij tot nadenken. Wetende dat de druk op onze samenleving steeds groter wordt. Wetende dat de cultuursector steeds meer bewust is van zijn gebreken inzake racisme, diversiteit en representatie, vraag ik mij af hoe de heersende machten in de cultuursector zullen omgaan met deze nieuwe organisaties.

Ruimte om tot adem te komen

Nog voor we kijken naar de uitdaging van de sector, is het belangrijk om te begrijpen hoe en waarom die organisaties noodzakelijk zijn. De cultuursector is nog te vaak een zaak van de witte middenklasse. Die uitsluiting is vaak niet bewust, maar het resultaat van een gebrek aan inzicht in de blinde vlekken van de heersende machten van de cultuursector.

En uitsluiting leidt tot isolatie en een gevoel van onveiligheid. Om deze reden zien we de opkomst van artiesten die zich alleen willen openstellen in een ruimte waar zij zichzelf kunnen zijn. Liefst dus met gelijkaardige personen. Ze komen niet samen met de bedoeling om niet-gelijkaardige personen uit te sluiten, maar wel om voor zichzelf tot adem te komen.

Dit noemen we safe spaces. Vrij vertaald betekent dat een plaats waarbij ieder vrij is van vooroordelen of conflict. Een plaats waar je niet het onderwerp bent van een gepolariseerd maatschappelijk debat. Een plaats waar je kan voelen dat je de hoofdrol van je eigen leven mag spelen.

Het heft in eigen handen nemen

In eerste instantie is een safe space een instrument voor mentaal welzijn. Het is geen manier om volledig los te koppelen van de realiteit, maar een manier om even op de pauzeknop te drukken samen met andere mensen. Uit dit oord van rust ontstaan talrijke initiatieven. In de socio-culturele wereld vertaalt dat zich naar zelforganisaties die ijveren voor meer ruimte voor stemmen die weinig gehoord worden of gemarginaliseerd worden.

In de vijf laatste jaren zien we steeds meer succesvolle initiatieven opkomen. Van zelforganisaties door en voor jongeren met

Afrikaanse achtergrond zoals Kilalo, Waka Waka Generation, Kolamela... tot studentenverenigingen door en voor studenten met Afrikaanse afkomst zoals AYO (Antwerpen), Umoja (Gent), Karibu (Leuven), ASCOM (Brussel). Safe Space vzw is een Antwerps inloophuis waarin jongeren en vrouwen zichzelf kunnen zijn. Slam-T is een LGBTI-vriendelijke ruimte, gelegen in Gent, waarbij verschillende personen kunnen deelnemen aan (slam) poetry en open mics.

Ook in de ondernemerswereld spelen safe spaces steeds meer een belangrijke rol. #SheDIDIT heeft een platform opgericht waarbij vrouwen met migratieachtergrond die ondernemers zijn (of willen worden) kunnen samenkomen. Club Connect wil op termijn een community voor ondernemers zijn waarbij safe space deel uitmaakt van een van de belangrijkste onderdelen hiervan.

Zelfs op politiek vlak beweegt er iets. Ceapire zou op vraag van de Vlaamse overheid ondersteuning bieden aan lokale overheden voor het opzetten van 20 mobiele safe spaces.

Onze manier van werken in vraag stellen

Cultuur is vaak het instrument dat gebruikt wordt om jezelf te emanciperen en te bevrijden van onderdrukking. Wanneer de sector jou die ruimte niet geeft, is het logisch dat je naar alternatieven zoekt of die zelf maakt. Deze organisaties zijn een reactie op de blinde vlekken van de cultuursector. Zoals altijd zijn die tegenreacties nodig om de sector te doen evolueren.

Wat vandaag klein is, zal morgen mainstream worden. De vraag die zich dan stelt is: hoe zal de cultuursector omgaan met deze initiatieven? Als dit de toekomst is, hoe zal de sector daarop reageren? Wat moet het nog doen om die organisaties in se op te nemen?

De cultuursector zal niet kunnen omgaan met deze initiatieven zolang de blinde vlekken niet duidelijk zijn. Diversiteit is nog te vaak een marketingterm en te weinig synoniem met structurele verandering en veilige ruimte. Deze minderheden zullen zich niet veiliger voelen omdat je een zwarte vrouw op je poster zet. Wel omdat ze ruimte krijgen om mee te bepalen welke richting de sector uitgaat.

“Ooit zullen zij de mainstream zijn. Tot er weer een nieuwe soort zelforganisatie opduikt die hen in vraag zal stellen.”



Lieven Miguel Kandolo

Lieven is een activist en auteur. Hij is covoorzitter van Hand in Hand tegen Racisme. Hij schreef in 2021 het boek 'Yana na Leki' (Grote broer en kleine broer" in het Lingala), samen met Moussa Don Pandzou. Miguel geeft ook verschillende lezingen over anti-racisme, dekolonisatie, antidiscriminatie ... In 2014 richtte hij Kolamela op in zijn geboortestad Vilvoorde, om jongeren met migratieachtergrond samen te brengen. Miguel schrijft ook artikels en opiniestukken voor StampMedia.

Zolang de sector dat niet aanpakt, zullen sociale ondernemers het heft in handen nemen en eigen ruimtes ontwikkelen waar een andere vorm van cultuurbeleving mogelijk is. Op termijn kan dat clashen, maar ook dit is positief! Laten we die discussie verderzetten, elkaar in vraag stellen en naar elkaar toegroeien.

De gevestigde instellingen van de cultuursector moeten ook niet de ambitie hebben om die organisaties te absorberen. Vaak gaan zulke zaken gepaard met een paternalistische visie op zelforganisaties en safe spaces. Beter is om ze te bestuderen, met hen in gesprek gaan en er uit te leren.

Hoe komt het dat mijn zaal wit is, terwijl deze kleine organisatie alle jongeren van de wijk aantrekt? De antwoorden vind je bij die organisaties. Geef ze de ruimte om te zijn wie ze zijn, zonder hen in het mallempelen van het systeem te willen meenemen. Zo fruik je ondernemerschap en ontnem je veilige ruimtes van gemeenschappen die broodnodig zijn.

En vergeet nooit: zij zijn de toekomst. Ooit zullen zij de mainstream zijn. Tot er weer een nieuwe soort zelforganisatie opduikt die hen in vraag zal stellen. /

“

De kunst is net om sponsors aan te spreken op wat niet werkt in dat commerciële veld. Spreek hen aan op emoties, verlangens en dromen.

Arjo Klamers

Erasmus
Universiteit
Rotterdam

Stap mee
in ons

NETWERK



VOLG
ONS OP
LINKEDIN

“

Liefste toekomst en
allerliefste innovatie.
Jullie klikken
cultuurmakers en
ondernemers in
elkaar tot dromers die
met hun vingertoppen
het onmogelijke
raken.

**Marjan
De Ridder**
woordkunstenaar

Redactie /
Nimfa Tegenbos
Sylvia Matthys
Gwennan Dekens

Copywriters /
Nimfa Tegenbos
Alexander Verbist
Jiska Agten

OP/TIL /
Annelien Van Damme
An-Sofie Gysemans
Benedikte De Vos
Elke Van Lent
Fender Rooms
Gwennan Dekens
Inge Van de Walle
Leonie Lanssens
Lien Verwaeren
Mehdi Marechal
Nimfa Tegenbos
Sylvia Matthys

Foto's /
OP/TIL © Lucas Denuwelaere
SerVies © Femke den Hollander
HETGEVOLG © Marit Stocker
Alles is energie © Valène De Valck

Podcast /
podcastaar

Huisstijl /
We make.

Ontwerp publicatie /
Pjotr.be

Druk /
Graphius

Verantwoordelijke uitgever /
Lien Verwaeren, OP/TIL
Ravensteingalerij 50
1000 Brussel

Wat als cultuur en
ondernemen hand
in hand gaan?

Een publicatie
van OP/TIL / 2021
Een verzameling
inzichten, opinies,
reflecties, interviews
van het afgelopen
werkjaar.

**CONTACTEER
OP/TIL**

info@cultuuroptil.be
02 670 06 70
Ravensteingalerij 50
1000 Brussel



Of contacteer
je persoonlijke
consulent

WWW
CULTUUROPTIL
BE



OP
TIL

cultuur in alle
richtingen

OP/TIL stimuleert **cultuur** in alle richtingen.
We verbinden spelers uit de brede cultuursector.
Over de grenzen van **gemeenten, sectoren**
en **disciplines** heen.

 Vlaanderen
verbeelding werkt