

29 | 06 | 2012

Pop-up als speldenprik

Een aanzet om het fenomeen culturele pop-ups binnen stedelijke context te duiden.

Student: Veerle Devreese

Studentennummer: 3774252

Master Kunstbeleid & Management

Universiteit van Utrecht

Eerste lezer: Hestia Bavelaar

Tweede Lezer: Folkert Haanstra

29 | 06 | 2012

Pop-up als speldenprik

Een aanzet om het fenomeen culturele pop-ups binnen stedelijke context te duiden.

Aantal woorden: 19.322

Sleutelwoorden:

Pop-up / tijdelijkheid / stedelijk beleid / Urban Studies / stedelijke interventies / participatie / publiek / Culturele sector / cultuurbeleid

Abstract

Deze scriptie bevat de weergave van onderzoek naar het fenomeen pop-up . Doel is dit culturele fenomeen te ontrafelen en om artistieke praktijken te plaatsen binnen een maatschappelijke context.

Gesprekken met eenentwintig kenners uit het veld en relevante literatuur met betrekking tot kortstondige cultuuruitingen in een stedelijke context boden de input en vormden de basis voor een nadere duiding en voorlopige ordening. Hieruit blijkt dat de gevolgen van globalisatie en technologische ontwikkelingen impact hebben op zowel de makers en het publiek van pop-ups als op het functioneren van een stedelijke omgeving en dat zij de opkomst van pop-ups stimuleren. Het fenomeen laat zich niet eenduidig definiëren door uiteenlopende uitingsvormen maar er kan wel een aantal karaktereigenschappen geschetst worden: culturele pop-ups zijn kortstondige events die plaatsvinden in de stedelijke context. Binnen een begrensde periode van tijd wordt er een eenmalige happening geïnitieerd waarbij er onder paraplu van de 'lege' formule pop-up verscheidene creatieve uitingsvormen worden geschaard. Dit zorgt voor het unieke karakter van pop-ups dat door de interactie tussen publiek onderling, de makers en de stedelijke context aanleiding geeft tot een verfrissende, dynamische 'belevenis'.

Uit het onderzoek blijkt dat de behoeften van makers, publiek en steden verschillen: makers wensen handelingsvrijheid, het publiek wenst zijn tijd vooral zo efficiënt mogelijk in te zetten om een vluchtige memorabele belevenis te ondergaan en steden beschouwen het fenomeen pop-up vooral als instrument voor zowel het imago naar buiten als de leefbaarheid in de stad zelf. Toch blijken juist deze verschillende motieven elkaar te ondersteunen en versterken; dit zou een van de redenen van de opmars van het fenomeen pop-up kunnen zijn. De rol van sociale media valt hierbij niet weg te cijferen omdat deze het mogelijk maken om niet alleen kennis en expertise te delen (makers) maar ook hun activiteiten op heel eenvoudige wijze bij het publiek onder de aandacht te brengen.

De scriptie bevat tot slot enkele aanbevelingen voor de brede traditionele cultuursector vanuit de gedachte dat het pop-up concept specifieke kenmerken heeft die de cultuursector kan inspireren om nieuwe manieren te onderzoeken om relaties met zowel publiek, makers als steden aan te gaan.

Inhoudsopgave

Abstract	3
Voorwoord	7
Inleiding: Pop-up in de analoge wereld	9
Structuur onderzoek	12
Methode onderzoek	12
Hoofdstuk 1. Pop-up als fenomeen	15
1.1. Pop-up als tussengebied	15
1.2. De impact van globalisatie	16
1.3. De postmoderne benadering	17
1.4. Tijdelijkheid in de praktijk	19
1.5. De conditie tijd.	20
1.6. De conditie ruimte	21
1.7. Culturele condities	22
1.8. ‘Optionele’ condities	23
1.9. Conclusie: pop-ups als vorm-concept.	23
Hoofdstuk 2. De makers van pop-ups	24
2.1. Wie doen het?	24
2.2. Ontstaan uit het niets?	25
2.3. Waarop pop-up?	27
2.4. Artistieke vrijheid	28
2.5. Professionalisering	29
2.6. Pop-up als noodzaak	30
2.7. Het creëren van ontmoetingen	31
2.8. Dank aan technologie	32
2.9. Conclusie: de hang naar vrijheid	34

Hoofdstuk 3. Het publiek van pop-ups	35
3.1. De virtuele versus analoge omgeving	35
3.2. Toenemende haast	37
3.3. De beleveniseconomie	38
3.4. Wie vormt het publiek	40
3.5. Het vieren van tijd en ruimte.	41
3.6. Betrokkenheid	42
3.7. Conclusie: Een vluchtige totaalervaring gewenst	43
Hoofdstuk 4. Stedelijke belangen bij pop-ups	44
4.1. De tijdelijke stad	44
4.2. Cultuur en de stad	45
4.3. Cultuur en het imago van de stad	45
4.4. Cultuur en de leefbare stad	46
4.5. Beleid met een open karakter	48
4.6 Conclusie: Pop-up als stedelijk instrument	50
Conclusie + aanbevelingen	51
Nawoord	55
Bibliografie	56
Bijlagen:	61
1. Short-list pop-up initiatieven.	61
2. Overzicht geïnterviewden	64
3. Uitgewerkte interviews	65

Voorwoord

Deze scriptie bevat een pleidooi voor innoveren ook in de wereld van kunst en cultuur; een wereld die enerzijds wat klassiek lijkt door schijnbaar vastliggende structuren, maar anderzijds nu volop in discussie is. Dit onderzoek naar het fenomeen pop-up heeft mij gesterkt in de overtuiging dat er volop kansen zijn om kunst en cultuur in een positief daglicht te plaatsen, ook al besef ik dat er wel degelijk kritische kanttekeningen zijn te plaatsen bij dat fenomeen en een eenduidige lofzang niet op haar plaats zou zijn. Niettemin, pop-up is een voorbeeld van de vele mogelijkheden die uitdagen om te innoveren en te experimenteren en die ook kansen bieden om anderen van de meerwaarde van kunst en cultuur te overtuigen. Ik studeer dan ook met een onderzoek af dat niet alleen mijn persoonlijke visie ten aanzien van kunst en cultuur onderstreept, maar me ook vertrouwen geeft om nu, aan het einde van mijn studie, een eigen bijdrage te leveren om kunst en cultuur in een gewaardeerd daglicht te plaatsen.

Deze scriptie is mede mogelijk gemaakt door mijn gesprekken met eenentwintig experts met uiteenlopende achtergronden. Hun input en visie op de huidige ontwikkelingen en hun blik op de toekomst boden van zowel bovenaf, als ook van binnenuit zicht op een onontgonnen gebied.

Aan hen allen dan ook: een hartelijke dank voor deze belangrijke bijdrage.

Daarbij gaat er een bijzondere dank uit naar Dirk de Wit die mij op de “cultuur-paden” in Vlaanderen heeft gewezen en mij ook alle kansen heeft geboden om cultureel Vlaanderen te verkennen. Daarnaast dank ik Hestia Bavelaar voor de prettige begeleiding en het vertrouwen dat zij heeft uitgestraald bij de voorbereiding van deze scriptie.

Tot slot is er een select gezelschap bijzondere mensen die, wanneer ze dit lezen, weten dat er ook een grote persoonlijke dank naar hen uitgaat.

Veel geboeid leesplezier,

Veerle Devreese,

Juni 2012

Inleiding: Pop-up in de analoge wereld

Deze scriptie gaat over een grijs gebied. Het grijze gebied dat geduid wordt als *pop-up*. Een term die zijn oorsprong kent in de digitale wereld en wordt gebruikt voor een nieuw klein venster dat in een computer kan ‘op-poppen’.¹ Maar deze scriptie benadert pop-up in de context van de analoge omgeving: de fysieke omgeving van een stad. In deze analoge wereld duikt de term steeds vaker op en kan hij ook steeds vaker verbonden worden aan kortstondige culturele activiteiten. Het gaat om activiteiten die, - net als een klein oppoppend digitaal venster binnen een groter beeldscherm - ergens in een stedelijke omgeving oppoppen, en ‘met een klik op de knop’, zo weer uit het stadsbeeld verdwijnen. Het gaat ook om gebeurtenissen die in de analoge omgeving steeds frequenter waarneembaar zijn en als een fenomeen geduid kunnen worden.²

In deze scriptie zal dit fenomeen geduid worden als een grijs gebied omdat het zich niet zo eenvoudig laat uitleggen zoals pop-up in de digitale wereld dat wel doet. Alvorens dit echter onderbouwd kan worden, is het goed om het fenomeen te illustreren met enkele voorbeelden die alle te maken hebben met de term: pop-up.

Verbeeld je:

Een braakliggend terrein in Amsterdam West. De omgeving oogt als ‘Berlijn’. Het publiek wordt aangemoedigd warme kleding aan te trekken en paraplu’s mee te nemen. Wanneer je er met een glas Prosecco gaat zitten op een van de vele picknickbankjes boven op het zand van de bouwput, kijk je aan tegen een oude loods waarvan de muren voorzien zijn van kleurrijke graffititekeningen. Daarvóór, tussen het riet, staan wat theaterlampen opgesteld. Je kijkt naar het decor van Hamlet bij de Hallen, waar acteurs uit de onmiddellijke omgeving een eigentijdse variant neerzetten tussen het riet, modderige plassen en zand. Gedurende de zes dagen dat Hamlet bij de Hallen’ was neergestreken op het braakliggende land kwamen er iedere avond minstens tachtig bezoekers naar dat verstopte hoekje in Amsterdam West.

431 volgers op Facebook³

Verbeeld je:

Een leegstaande benedenverdieping in het historisch stadcentrum van Gent: gedurende zes maanden is hier BarBuro neergestreken. Een ‘pop-up co-workingspace’ waar je zit op oude schoolstoelen, menu’s op notatieblokken staan en waar echte cappuccino’s worden geserveerd. Er is vrijwel alle ruimte voor culturele initiatieven die bezoekers inbrengen: van een poëzieavond,

¹ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

² Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

³ <http://www.hamletbijdehallen.nl/>

een expositie, een muziekkavond waar enkel de vrouwen plaatjes mogen draaien, tot een DoodleBattle waarbij illustratoren zich mogen botvieren op de witte muren van BarBuro.⁴ 1291 volgers op Facebook.

Verbeeld je:

Iedereen kan en mag een *Speed Show* initiëren wanneer je je houdt aan de basisprincipes van het *Speed Show Manifest*. Een dergelijke show omvat een willekeurig afgehuurd internetcafé in een willekeurige stad tijdens normale openingstijden. Gedurende een avond worden alle computers afgehuurd en uitsluitend benut om online werk van media kunstenaars te ‘showen’ dat door de initiatiefnemer binnen een thema wordt gecureerd. Het internetcafé wordt zo omgetoverd in een ad hoc kunstgalerie ‘*The Speed Show*’ die vrij toegankelijk is voor publiek⁵.

5309 volgens op Facebook.

En hieraan vallen nog tal van voorbeelden toe te voegen. Zoals een verlaten tankstation in Londen dat door een collectief van kunstenaars en architecten getransformeerd werd tot de tijdelijke pop-up cinema Cineroleum⁶. Of een pop-up bibliotheek die telkens weer in een andere stad opduikt en waar mensen worden aangemoedigd om een boek van zichzelf te ruilen voor een ander exemplaar.⁷ De fysieke stad Chicago als spelbord voor een ‘potje’ monopolie op menselijke schaal⁸. Red Fashion waarbij ontwerpen van 16 veelbelovende Nederlandse modeontwerpers tijdelijk ‘oppopten’ achter de ramen van het Red Light District in Amsterdam. Pop-up galeries in tijdelijk leegstaande panden, of nog verdergaand: een pop-up galerie waarvan alle kunstwerken in de openbare ruimte in de wijk St. Pauli in de stad Hamburg leidde tot een grote decentrale openlucht galerie.⁹

Uit deze opsomming, die beschouwd mag worden als het topje van de ijsberg, blijkt dat er voorbeelden te over zijn en geen enkele van exact dezelfde aard. Waarom valt deze grote variëteit aan kortstondige culturele activiteiten dan onder de noemer pop-up te plaatsen? Deze vraag vormt een van de essenties van dit onderzoek: het plaatsen van het fenomeen.

Tijdens een persoonlijke, haast tomeloze zoektocht naar nieuwe manieren om kunst en cultuur onder de aandacht te brengen, hebben zowel ‘live’ als via virtuele sociale netwerken opgepikte pop-up signalen, de nieuwsgierigheid vanuit verscheidende invalshoeken gewekt. Deze signalen creëerden het beeld dat uiteenlopende netwerken verschillende activiteiten met betrekking tot pop-up noemenswaardig en interessant beschouwen.

⁴ www.barburo.be

⁵ <http://fffff.at/speed-show>

⁶ www.cineroleum.co.uk

⁷ www.shareable.net

⁸ www.theatlanticcities.com

⁹ www.alloverthekiez.com

Deze waarnemingen en signalen hebben aangezet tot vragen als: Is er sprake van een opkomend fenomeen en hoe valt dit te duiden binnen huidige maatschappelijke ontwikkelingen? Is er een relatie tussen virtuele ontwikkelingen en de meer analoge maatschappelijke ontwikkelingen? Deze vragen reiken verder dan persoonlijke interesse. Zij dringen zich op in een tijd waarin er een zoektocht is naar nieuwe manieren om mensen zich betrokken te laten voelen bij uiteenlopende cultuuruitingen.

Teruggrijpend naar de metafoer dat we nu spreken over het topje van de ijsberg, is er alle reden om aan te nemen dat die ijsberg groeiende is. Het fenomeen is nog steeds in opmars. 'Er is een aantoonbare toename van kortstondige happenings.'¹⁰ Wat betekent dit? Zegt dit iets over veranderende behoeften van zowel makers als publiek? Want wanneer duidelijk wordt waarom dit in toenemende mate 'leeft', dan kunnen en moeten gevestigde culturele instellingen hieruit misschien lessen trekken. Het huidige culturele klimaat en de verscheidende signalen van een mentaliteitsverandering in Nederland - de teneur dat het politieke en het maatschappelijke draagvlak voor kunst en cultuur afbrokkelt - geven aan dat hieraan behoefte is (Idema, 2011: 5).

De cultuurinstelling die betekenisvol wil blijven (bestaan), kiest voor een grondige upgrade van het 19de-eeuwse presentatiemodel' (Idema, 2011:7). Dit was in oktober 2011 de samenvattende conclusie van de ideeën die het initiatief Koers Kunst gedurende vijf maanden verzameld had. Koers Kunst bood een landelijk podium voor het vergaren van constructieve en inventieve oplossingen en mogelijkheden om de cultuurwereld te vernieuwen en te verbeteren. Om draagvlak opnieuw op te bouwen is het nodig antwoord te zoeken op de vraag welke plaats een kunsteninstelling in de 21^{ste} eeuw dient in te nemen. Uit de landelijke brainstorm van Koers Kunst kwam veelvuldig de reactie naar voren dat cultuur meer onderdeel moet zijn van het dagelijks leven (Idema, 2011: 13). In de Boekman editie *Draagvlak voor Kunst* wordt dit onderschreven maar stelt Cas Smithuijsen dat kunstvoorzieningen hier niet in slagen. Momenteel zijn zij te ver verwijderd van de samenleving (Smithuijsen, 2011: 6). Een mogelijke verklaring voor deze discrepantie ligt in de (vast)stelling dat de ontwikkelingen in de samenleving ertoe leiden dat de geldende kaders van kunstinstellingen niet meer voldoen. Een voorbeeld hiervan is het feit dat veel cultuurinstellingen zich voornamelijk richten op een kleine groep met een kunstspecialisme waardoor andere doelgroepen bij voorbaat worden uitgesloten (Stevens 2009: 17).

Tegen deze achtergrond rijst de vraag wat instellingen van de 21^{ste} eeuw kunnen doen om aansluiting te zoeken en vinden bij datgene wat speelt in de huidige samenleving en bij de dagelijkse leefwereld van potentieel publiek. Ook is het de vraag hoe het mogelijk is de drempels voor dat publiek te verlagen. Om hierop antwoord te geven is het nodig niet alleen te kijken naar de content die een culturele instelling graag aan haar publiek wil presenteren/voorleggen. Het

¹⁰ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

gaat tevens om de wijze waarop deze content gepresenteerd wordt en of deze vormen passen bij de 21^{ste} eeuw. Dit onderzoek wil een actuele bijdrage leveren in de zoektocht naar nieuwe vormen om cultuur positief onder de aandacht te brengen.

Daarom draagt deze scriptie de titel: *Pop-up als speldenprik* en wordt het pop-up verschijnsel benaderd als kleine speldenprikjes. Als prikkels die tijdelijk worden uitgezet in een stedelijke omgeving met impact op de korte termijn, maar ook als prikkels die mogelijk de ogen openen kunnen om nieuwe manieren te zien om kunst en cultuur onder de aandacht te brengen.

Structuur scriptie

Dit afstudeeronderzoek heeft de ambitie om een nog ontgonnen terrein rondom het pop-up fenomeen te introduceren en te duiden. Allereerst zal de ontwikkeling geplaatst worden binnen een context van mondiale ontwikkelingen. Vervolgens wordt er ingezoomd op zowel de makers en hun motivatie tot dergelijke keuzes, het publiek en wat pop-up voor aantrekkingskracht op hen kan hebben en tot slot hoe het stedelijk beleid zich tot dit fenomeen verhoudt. Door zowel makers, het publiek als het stedelijk beleid van een context te voorzien, wordt er inzicht geboden in hoe dit fenomeen zich ontwikkelt en wordt de waarde van dit fenomeen geduid.

Als toegift kent deze scriptie tot slot enkele concrete suggesties hoe meer gevestigde culturele instanties zich door het pop-up fenomeen kunnen inspireren om op nieuwe manieren relaties te leggen met publiek.

Methode van onderzoek

Urban Studies

Hoewel aangegeven is dat pop-up in deze scriptie wordt benaderd als een grijs gebied (dit zal in het volgende hoofdstuk nader worden toegelicht), is dit gebied afgebakend door zich enkel te concentreren op ‘stedelijke’ activiteiten. Deze keuze sluit aan bij een huidige trend: een enorme toename van aandacht voor de stad. In verscheidende onderzoeken wordt de 21^e eeuw nu al geduid als “de eeuw van de stad” (Bishop, 2012: 5 & Phillips, 1983: 141). Er trekken steeds meer mensen naar de stad, maar ook wordt de stad steeds meer benut als omgeving om culturele uitingen te exploreren (Lange, 2012: 26). In *Urban Studies* wordt stedelijke veranderingen geobserveerd, geduid en daarbij wordt er ruimte geboden voor een multidisciplinaire en integrale aanpak omdat verscheidende factoren, economisch, sociologisch dan wel technologisch, invloed uitoefenen op deze verandering (Bishop, 2012: 23).

Kwalitatief onderzoek

Dit onderzoek kent een bottom-up research benadering. Op basis van de eerder geschetste waarnemingen wordt er gezocht naar patronen die het fenomeen pop-up kunnen duiden en voorzien van context. Daarbij zijn er zowel economische, sociologische als technologische factoren die invloed uitoefenen op deze patronen.

Het onderzoek is gebaseerd op literatuuronderzoek en interviews met eenentwintig experts uit relevante vakgebieden. De theorieën uit het literatuuronderzoek zijn hoofdzakelijk afkomstig uit Urban Studies en hierdoor komen er zowel sociologische, filosofische als economische inzichten ter sprake. Deze perspectieven bieden allen een bijdrage om zicht te krijgen op stedelijke ontwikkelingen in relatie tot het fenomeen pop-up.

Short-List

Om de genoemde perspectieven te plaatsen aan de hand van praktijkvoorbeelden is er een short-list aangelegd die benut is om het fenomeen te kunnen analyseren. Deze short-list is tot stand gekomen op basis van de voorbeelden die door de kenners uit het veld tijdens de gesprekken naar voren zijn gebracht. Benadrukt moet worden dat deze lijst niet volledig is maar als een graadmeter kan worden beschouwd om het het pop-fenomeen te illustreren. De lijst is terug te vinden in bijlage 1.

De Lage Landen

Er is voor gekozen om te kijken naar wereldwijde ontwikkelingen binnen stedelijke context, maar de focus ligt op wat er gebeurt in de Lage Landen: België en Nederland.

Daarbij is het niet de intentie om een vergelijking te maken tussen beide landen, maar om juist een extra gedegen ondergrond te creëren om aan te tonen dat er sprake is van een Westers fenomeen – dit zal in hoofdstuk 1 nader toegelicht worden.

De geïnterviewden

De geïnterviewden beperken zich tot een zorgvuldig gekozen lijst experts met een achtergrond in kunst en cultuur, de organisatie van tijdelijke evenementen, cultuurbeleid en stadsontwikkeling. Daarbij is er gezocht naar een evenwicht tussen mensen werkzaam in België (12) dan wel Nederland (9), naar makers met praktijkervaringen, naar adviseurs en mensen die werkzaam zijn om de cultuursector te ondersteunen, naar beleidsontwikkelaars, en mensen die een achtergrond hebben in *Urban studies* en stadsplanning. Dit heeft geresulteerd in een groep personen met uiteenlopende expertises op een meer macro dan wel micro niveau met betrekking tot het object: pop-up.

Gezien de omvang van deze masterscriptie, de beschikbare tijd, en vooral: de noodzakelijke reikwijdte om het fenomeen te kunnen duiden, was het niet mogelijk om ook kwalitatief onderzoek te doen onder publiek dat deze pop-up activiteiten opzoekt en bijwoont. Zowel logistieke kwesties als de gewenste omvang van het onderzoek, en het streven om dit gedegen te kunnen doen, maken dat er besloten is dit onderzoek enkel te baseren op de interviews en de beschikbare literatuur.

Tot slot moet benadrukt worden dat dit onderzoek een actuele verkennende schets wil bieden. Het is van belang zich te realiseren dat het fenomeen nog volop in ontwikkeling is en uit de volgende hoofdstukken zal blijken dat de andere factoren die op het pop-up concept invloed uitoefenen ook volop in ontwikkeling zijn. Daarom moet deze scriptie gelezen worden met daarbij het bewustzijn van de huidige tijdsgeest. Pop-up anno het eerste half jaar van 2012, vol verwachting van wat nog komen zal.

1: Pop-up als fenomeen

1.1 Pop-up als tussengebied

Eenentwintig experts kregen de vraag voorgelegd of ook zij vinden dat er sprake is van een opkomend fenomeen. Kan er gesteld worden dat sinds niet al te lange tijd culturele gebeurtenissen te observeren zijn, die binnen stedelijke context ‘oppoppen’ en vervolgens weer verdwijnen? ‘Ja’ was daarbij het eenduidige antwoord waarbij er vervolgens ter toelichting ook woorden als ‘hype’, ‘trend’ en een ‘toekomstige ontwikkeling’ in de mond werden genomen. Uit de afgenomen interviews werd keer op keer duidelijk dat iedereen het geschetste fenomeen herkende maar er geen eenduidige definitie van kon formuleren. ‘De gedeelde noemer is dat er sprake is van een ontwikkeling, van een opmars van kortstondige happenings, die ergens kort opduiken en vervolgens weer verdwijnen alsof ze er nooit geweest zijn¹¹’ stelt Katrien Laenen, cultureel adviseur voor de Vlaamse Bouwmeester. En ook Joop de Boer, die als stadsplanner verscheidende steden adviseert en samen met Jeroen Beekmans de wereldwijd bekende blog: *Pop-up City* onderhoudt, beaamt dit:

‘Misschien moet ik niet eens spreken over een aanwas, maar van een explosieve groei van pop-ups en vergelijkbare tijdelijke activiteiten. Het is iets van deze tijd, maar wat het precies is, valt niet expliciet te omschrijven omdat je kunt spreken van zeer uiteenlopende vormen.’¹²

Het feit dat er geen eenduidige definitie van het gesignaleerde fenomeen geformuleerd kan worden, wordt verschillend uitgelegd. Enkele geïnterviewden stellen dat het te vroeg is om het fenomeen te duiden omdat we ons nog midden in de ontwikkeling daarvan bevinden. Daarbij wordt het argument aangevoerd dat je vaak pas achteraf een goede definitie kunt formuleren.¹³ De meeste geïnterviewden stellen echter dat het een fenomeen betreft dat zoveel uiteenlopende vormen en vertakkingen kent, waardoor ze niet over één kam te scheren zijn.¹⁴ Bart Heerdink, Programmamanager bij Prensela, Nederlands instituut voor Design en Mode, deed een vergelijkbaar verkennend onderzoek naar het fenomeen van opkomend amateurisme binnen de design en modewereld. Ook hier was er sprake van een ontwikkeling die zich steeds zichtbaarder manifesteert maar moeilijk te benoemen valt door de uiteenlopende uitingsvormen. De lessen die Heerdink uit dit onderzoek heeft getrokken is dat ervoor gewaakt moet worden om een grijs gebied niet alsnog in hokjes proberen te stoppen. ‘Wanneer je immers het doel hebt om de

¹¹ Katrien Laenen – persoonlijk interview: 24|04|2012

¹² Joop de Boer en Jeroen Beekman – persoonlijk interview: 23|05|2012

¹³ Persoonlijke interviews met: Nan van Houten – 04|06|2012 en Katrien Laenen – 24|04|2012

¹⁴ Fredo Desmet – persoonlijk interview: 09|04|2012

breder geïstitutionaliseerde cultuurwereld open te breken, dan moet er juist gestopt worden om te denken in hokjes. Juist het grijze gebied biedt toekomst.¹⁵ Deze motivatie om enkel een grijs gebied te duiden en af te bakenen zonder daardoor ook in de valkuil te belanden dat er onnodig uitgesloten wordt, wordt ook door anderen beschouwd als juist iets dat past bij dit fenomeen omdat juist dat tussengebied tussen verschillende disciplines en andere cross-overs, rechtlijnig denken uitsluit en dus eerder leidt tot het vinden van manieren om te innoveren.¹⁶

Op basis van deze argumenten, aangevuld door de andere afgenomen interviews en geraadpleegde literatuur, moet worden vastgesteld dat het binnen dit verkennende onderzoek niet mogelijk is om een eenduidige definitie toe te passen. Om het fenomeen pop-up naar eer en geweten te duiden is het beter enkel een kader te formuleren waarbinnen verschillende pop-up uitingen geplaatst kunnen worden. Dit kader en de daarbij behorende condities zullen in de volgende paragrafen aangekaart worden. Daartoe is het volgens vrijwel alle geïnterviewden van belang om een schets te maken van de huidige ontwikkelingen in de samenleving. Pop-up moet daarbij beschouwd worden als een reactie op de wijze waarop een stad en haar stedelijke omgeving zich ontwikkelt. Daarom is een schets van die (stedelijke) context gewenst.¹⁷

1.2 De impact van globalisatie

De ontwikkeling van het pop-up fenomeen hangt nauw samen met de ontwikkeling van de stedelijke gemeenschap en de wijze waarop mensen zich in een stedelijke omgeving bewegen en zich aangesproken voelen tot dergelijke tijdelijke activiteiten.

Steden vormen een onmiskenbaar onderdeel van de wereld. Ze laten een duidelijke invloed gelden op regio's en plaatsen op deze aardbol. De wijze waarop deze aarde en de daarop gevestigde steden zich ontwikkelen worden op een niet te onderschatten wijze door technologische ontwikkelingen beïnvloed. Dit heeft zowel impact op de manier van leven op aarde en waarop sociale gedragspatronen zich wereldwijd ontwikkelen als ook op de wijze waarop specifiek steden zich ontwikkelen. De technologische ontwikkelingen maken het mogelijk om met steeds minder barrières over steeds langere afstanden te communiceren en informatie uit te wisselen. Hierdoor vervaagt het besef van aspecten als tijd en ruimte (Carter 1994: p. viii). Toenemende mondiale informatiestromen en de vrijwel onbegrensde toename van communicatienetwerken leiden er toe dat grenzen vervagen. Deze ontwikkeling leidt tot een voortdurend proces waarin zowel culturele, economische als politieke ontwikkelingen samensmelten, die geduid wordt met de term *globalisatie* (Ibidem).

De gevolgen van globalisering zijn nergens beter zichtbaar dan in de hedendaagse stad en leiden ertoe dat de functies van een stad veranderen. Donatelle Mazzoleni schetst in haar essay *The city and the Imaginary* dat steden niet langer beschouwd moeten worden als een specifieke plek omdat

¹⁵ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31|05|2012

¹⁶ Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

¹⁷ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

hun bewoners de grenzen steeds meer overschrijden. Niet alleen reikt hun persoonlijke leefwereld veel verder, ook strekken hun contacten veel verder dan stedelijke grenzen (Mazzoleni 1994: p. 294). Wanneer er in toenemende mate teugelloos grenzen overschreden kunnen worden en daarmee zowel kennis, indrukken en belevingen, maar ook tradities en oorspronkelijke ‘verschillen’ steeds eenvoudiger kunnen worden uitgewisseld, dan leidt dit volgens socioloog Kevin Robins tot homogenisering van de wereld. Door een steeds grotere convergentie ontstaat er een toenemende gelijkheid tussen gebieden over de hele wereld. Waar steden zich eerder konden identificeren met een specifieke omgeving wordt dit steeds moeilijker door toenemende homogenisering. Deze ontwikkeling heeft invloed op hoe mensen zich tot een bepaalde stad verhouden. Een ‘specifieke’ stad in een ‘specifieke’ omgeving lijkt er steeds minder toe te doen. De manier waarop mensen zowel binnen als buiten een stedelijke omgeving handelen, heeft op langere termijn effect op de draagwijdte van cultuur in een stedelijke samenleving (Robins 1994: p. 320).

Vervolgens zijn er theoretici die beargumenteren dat juist de opkomst van globalisatie de stedelijke samenleving erin heeft gesterkt om een hernieuwd belang in lokaliteit te herkennen (Richards, 2010: 20). Socioloog Roland Robertson stelt dat homogenisering door globalisering niet de enige ontwikkeling is die invloed uitoefent op de stedelijke gemeenschap. Er is tevens sprake van een tegenreactie, aan te duiden als ‘hernieuwde’ interesse voor de omgeving waarin men leeft. Robertson stelt dat het ontbreken van identificatiemogelijkheden met een specifieke omgeving leidt tot onrust over het verlies van identiteit. Het is juist de beleving van een steeds meer universele wereld die de aanleiding vormt voor hernieuwde belangstelling voor de eigen specifieke leefomgeving. Om die reden signaleert Robertson een symbiotische relatie tussen enerzijds de toenemende homogenisering en anderzijds de hang naar eigenheid van de omgeving. Het concept *Glocalisation* omvat deze ontwikkeling door de woorden ‘global’ en ‘local’ samen te trekken en staat voor de wijze waarop men in interactie is met de wereld maar dit tegelijkertijd afstemt op lokale omstandigheden. Robertson stelt in dit verband dat deze ontwikkelingen elkaar dus versterken en hand in hand gaan (Robertson 1995: p. 40). Ook de geïnterviewden met een achtergrond in stedelijke ontwikkeling, onderschrijven dit. Zij stellen dat, juist omdat de wereld zo eindeloos groot is, we vooral weer willen weten waarom onze eigen omgeving zo bij ons past.¹⁸ Martijn de Waal, medeoprichter van *The Mobile City*, een onderzoeksbureau op het gebied van mobiele media en stedelijk ontwerp, voegt aan die ‘eindeloos grote wereld’ nog een virtuele dimensie toe. ‘Doordat zowel fysieke als virtuele grenzen ‘grenzeloos overbrugd kunnen worden, ontstaat er een maatschappelijke behoefte om je verbonden te voelen met een fysieke omgeving.’¹⁹

1.3 De postmoderne benadering

Het concept *Glocalisatie* valt te plaatsen binnen een *postmodern* gedachtegoed. Sinds de jaren zestig wordt de term *postmodern* veelvuldig gehanteerd om een nieuw gesignaleerde beweging te duiden die

¹⁸ Jeroen Beckman – persoonlijk interview: 23 | 05 | 2012

¹⁹ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29 | 05 | 2012

zich afzet van het door innovatie gedreven, dwangmatige, *moderne*. Hoewel het begrip binnen verschillende disciplines van theorievorming wordt ingezet, vormt daarbij altijd de antithese *modern* versus *postmodern* het uitgangspunt (Braembussche 2007: p. 185). Binnen dit onderzoek doet de sociologische benadering van de term *postmodern* ertoe omdat deze een perspectief biedt waarbinnen het mogelijk is begrippen als stedelijke identiteit en het fenomeen pop-up te plaatsen.

Het concept *Postmodern* zet zich af tegen de gedachte van het modernisme waarin er wordt gestreefd naar de maakbaarheid van een volledig rationeel perfecte wereld. Wanneer er vanuit de stroming *postmodernisme* over stedelijke contexten wordt geredeneerd, gaat men uit van een wereld vol verschillen binnen één stad en tussen steden (Robins 1994: p. 324). Globalisatie brengt met zich mee dat de toegenomen sociale en geografische mobiliteit er toe leiden dat veel culturen op een dynamische kortstondige wijze samenkomen. Dit resulteert tot voortdurend hernieuwde combinaties binnen een stad (Robins 1994: p. 325). David Morley gebruikt voor de dynamische uitwisseling binnen een stedelijke context de term *hyper mobiliteit* (Morley 2001: p. 432). In zijn artikel *Belongings, Place, space and Identity in a mediated World* (Morley 2001: p. 425-448) haalt hij kort James Clifford aan die de term *postmoderne nomadologie* gebruikt. Morley benadrukt het vluchtige aspect dat deze nieuwe vorm van mobiliteit heeft gekregen, maar attendeert er tevens op dat ervoor gewaakt moet worden om het nomadisch bestaan niet te verheerlijken. Mensen verlangen juist naar een gespecificeerde omgeving om zichzelf van een identiteit te voorzien (Morley 2001: p. 430). Het ontbreken van een basis waar men zich thuis voelt en van een eenduidige afkomst leidt tot onzekerheid. Het is niet alleen een gebrek aan ‘roots’ maar tevens een voortdurend wijzigende context die voor die onzekerheid zorgt. Door de snelheid van ontwikkelingen naast elkaar: alles dat zich opstapelt, is de samenleving complex geworden. ‘Er zijn geen gestandaardiseerde antwoorden en oplossingen meer’ zo stelt Jurgen Hoogendoorn.²⁰ Dit uitgangspunt sluit aan bij de theorie van filosoof Zygmunt Bauman. Bauman legt de toenemende complexe samenleving uit aan de hand van de overgang van een ‘solide’ *moderniteit*, naar de ontwikkeling van een ‘vloeibare’ *moderniteit*. Waar er gedurende de *solide moderniteit* werd gestreefd naar perfectie middels voortdurende rationeel gedreven innovatie, daar wordt er niet langer geloofd dat verandering leidt tot volmaaktheid. De theorie *vloeibare moderniteit* is daar en tegen gebaseerd op de gedachte dat voortdurende veranderlijkheid leidt tot toenemende gevoelens van onzekerheid en ambivalentie over het maatschappelijk bestaan (Bishop, 2012: 21). Wat vandaag vertrouwen wekt kan morgen alweer twijfel scheppen. Deze wereldwijde overgang van een ‘vaste’ naar een ‘vloeibare’ *moderniteit* confronteert mensen voortdurend met nieuwe uitdagingen (Martin, 2010: 98).

Deze schets ondersteunt het besef dat er een fundamentele wisseling heeft plaatsgevonden in hoe we de wereld en steden bekijken en dat ontwikkelingen voortdurend als veranderlijk, vloeibaar dan wel dynamische benaderd dienen te worden (Bishop, 2012: 23). De notie “stad” kan vanuit de

²⁰ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

postmoderne gedachte niet beschouwd worden als een permanent vaststaand gegeven maar als in voortdurende onderhandeling met de culturele omgeving. Ook al zijn de mogelijkheden van mensen om zich te bewegen tussen locaties door toenemende mobiliteit gegroeid, toch blijven territoriale plaatsen nog steeds belangrijke knooppunten die mensen verbinden en die de continuïteit van culturen en gemeenschappen garanderen. Collectieve roots moeten de aantrekkelijkheid van een stad opnieuw aantonen wat erop neerkomt dat er meer waarde wordt toegekend aan identiteiten en gemeenschappen (Rustin 1989: p. 93).

Het is in dit daglicht, met concepten als *postmoderne nomadologie* en *hyper mobiliteit*, dat er zowel in literatuur als door de geïnterviewden een relatie wordt gelegd tussen de opkomst van vluchtige kortstondige happenings en de wijze waarop een stedelijke samenleving zich ontwikkelt. Het begrip van zowel tijd als ruimte heeft nieuwe invullingen gekregen. Zij oefenen niet alleen invloed uit op het leven van alledag, maar ook op culturele uitingsvormen in het bijzonder (Haan, 2003: 42). Juist de anonimiteit van een stad waar iedereen zich naast elkaar beweegt biedt een setting waar het mogelijk is om grote groep geïsoleerde individuen tijdelijk te fusioneren tot een soortgelijke collectiviteit en hen te laten proeven van een anoniem wij-gevoel (Verschaffel, 2004: 8). Martijn de Waal beargumenteert dat deze achtergrond daarbij niet de beweegreden vormt om dergelijke happenings te initiëren, maar dat het van invloed is op hoe keuzes gemaakt worden en waarom het pop-up concept juist zo goed past binnen een anonieme stedelijke omgeving en minder op het platteland, waar men elkaar nog altijd beter kent.²¹

1.4 Tijdelijkheid in de praktijk

De keuze om een tijdelijk event in een stedelijke omgeving te organiseren, hangt nauw samen met het geschetste gegeven dat veranderingen elkaar steeds sneller opvolgen en zich boven elkaar opstapelen. De beleving van tijd heeft hiermee een ‘vlucht’ genomen (Kloosterman, 2005: 59).

Stedelijke ontwikkelaars stellen meer en meer vast dat dit er toe leidt om de stad veel meer te benaderen als een impermanente omgeving. Het is een veel duurzamere gedachte om een stad niet te benaderen als een vaststaand permanent gegeven, maar als een omgeving die voortdurend aan veranderingen onderhevig is.²² Auteurs van het boek *The Temporary City* (Bishop, 2012) haken aan op deze benadering door te stellen dat de postmoderne stad zich kenmerkt als een verzamelplek van activiteiten en energie-uitingen die tijdelijk worden ondergebracht in een specifieke stad (Bishop, 2012: 123). Daarbij stellen ze ook dat tijdelijke activiteiten niet nieuw zijn, maar dat de huidige omstandigheden er wel de optimale kansen voor bieden en dat deze kortstondige culturele ‘uitingen’ als een manifestatie beschouwd kunnen worden van het ontstaan van een meer dynamische, flexibele of adaptieve vorm van stedelijkheid (Bishop, 2012: 63). Nieuw hierbij zijn de technologische ontwikkelingen die er onder andere toe leiden dat er virtuele sociale netwerken gestimuleerd en onderhouden kunnen worden en die de analoge omgeving

²¹ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

²² Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

daarmee kunnen ondersteunen (Frissen, 2009: 28). Binnen virtuele netwerken gelden er geen barrières van tijd en ruimte en hierdoor kunnen deze culturele kortstondige uitingen veel sneller binnen verscheidende netwerken onder de aandacht gebracht worden (Schwarz, 1999: 16). Door snellere uitwisseling, kennisdeling en onderlinge interactie ontstaat er heel nieuw soort dynamiek. Deze dynamiek heeft zowel invloed op die flexibele adaptieve vorm van stedelijkheid, als ook op de flexibele adaptieve kenmerken van het concept pop-up die hierdoor gestimuleerd worden.

Dominiek Ruyters, Hoofdredacteur bij kunstblad Metropolis M, radicaliseert deze stelling dat tijdelijke events in opmars zijn, door daar nog een schepje bovenop te doen. Hij stelt dat culturele uitingen in de toekomst niet langer zullen bestaan uit tastbare en verhandelbare objecten zoals een schilderij, maar dat kunstwerken veel meer een dienst, dan wel vluchtige handelingen zullen omvatten (Ruyters, 2005: 85). Voor dit onderzoek is daarbij relevant dat er onder experts dus ideeën heersen over een toekomst waarin er veel meer nadruk ligt op de creatie en beleving van specifieke momenten.

Het concept pop-up als ‘kortstondige interventies’ wordt door velen uitgelegd als een manifestatie van die versnelling van de geschetste ontwikkelingen.²³ Daarbij worden de huidige tijdsgeest en juist die dynamische stedelijke omgeving als verzamelplek geduid als een accelerator die het denken in ‘tijdelijke uitingsvormen’ stimuleert (Richards, 2010: 20). Het is daarom niet verwonderlijk dat er niet alleen in hoog tempo zeer uiteenlopende pop-up uitingen ontwikkeld worden, maar dat zij ook van zeer korte duur zijn. De ontwikkelingen volgen elkaar immers, denkend aan die katalysator, in een steeds hoger tempo op.

1.5 De conditie tijd

Een cruciaal begrip binnen dit onderzoek is de tijdsfactor die bepalend is bij iedere vorm van pop-up. Het besef van tijd speelt een elementaire rol bij zowel de ontwikkeling, de uitvoering als beleving van een dergelijke uitingsvorm. Elke uitingsvorm die tot het grijze pop-up gebied gerekend kan worden, kent een begrensde periode van tijd aan waarbij er altijd sprake is van een begin en een einde. En pop-up duikt ergens op en verdwijnt met zekerheid ook weer.²⁴ Hoewel hierbij gerealiseerd moet worden dat over een range van een miljoen jaren alles tijdelijk is, en dat bijvoorbeeld ook een flatgebouw zeer tijdelijk is, kan gesteld worden dat bepaalde dingen langer duren of er langer zijn, in tegenstelling tot andere dingen.²⁵ Wanneer er gesproken wordt over het concept pop-up dan kan daarbij gesteld worden dat de tijd gelimiteerd is.²⁶ Hoe beperkt die tijd is, daarvoor valt wederom geen expliciete limiet te formuleren en lijkt iedereen hierbij verschillende grenzen op te zoeken. De langst durende zogeheten pop-up die voor dit onderzoek

²³ Persoonlijke interviews met: Martijn de Waal – 29|05|2012 / Jeroen Beekman – 23|05|2012 / An de Bishop – 24|04|2012

²⁴ Fredo Desmet – persoonlijk interview: 09|04|2012

²⁵ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

²⁶ Persoonlijke interviews met Jeroen Beekman – 23|05|2012 / Bart Meyskens – 09|04|2012 / Nina Deus – 25|05|2012 en Jurgen Hoogendoorn – 14|05|2012

is bestudeerd is Bar Buro dat door Fredo Desmet en Bart Meyskens is opgezet. Gedurende een half jaar hebben zij een pand in de binnenstad van Gent omgetoverd tot pop-up café waar zowel culturele happenings als een co-workingspace in onder zijn gebracht.²⁷ Vervolgens zijn er veel pop-up galeries en andere vormen van pop-ups die tijdelijk een vaste ruimte met een programma invullen. Deze opereren allen binnen een range van een week tot vier maanden (zie bijlage 1). Naarmate de pop ups zich meer manifesteren als een performance of plaatsvinden in de buitenlucht, beperkt de tijdsduur zich aanzienlijk en werd onder de onderzochte voorbeelden nooit de tijdsduur van twee weken in zijn totaliteit overschreden.

Vanuit deze optiek is het belangrijker om de aandacht niet zozeer te vestigen op de specifieke lengte als wel de intentie dat het een tijdelijk en dus aflopend project betreft en als eenmalige uitingsvorm wordt ontwikkeld. Een pop-up concept heeft dus als uitgangspunt zowel eindig als niet voor herhaling vatbaar te zijn.²⁸ Zoals in de theorie al geduid werd, vragen de huidige maatschappelijke ontwikkelingen er juist om steeds weer iets nieuws te ontwikkelen en niet te voortborduren op datgene wat al gedaan is (Bishop, 2012: 5). De tijdsgeest vraagt om constante snel opvolgende innovatieve initiatieven.

1.6 De conditie ruimte

Ontwikkelingen rondom globalisatie hebben niet alleen impact op de beleving van tijd, maar ook op de beleving van ruimte. Fysieke grenzen vervagen waardoor men veel minder plaatsgebonden is. Pop-up projecten in een stedelijke context kunnen vervolgens uitgelegd worden als een manifestatie hiervan, doordat zij al ‘oppoppend’ tijdelijke relaties aangaan met een specifieke omgeving. Op deze wijze benaderen zij de stad als een ‘nomadische’ omgeving (Richards, 2010: 28). Daarbij moet echter gesteld worden dat in verschillende studies erop gewezen wordt dat de opmars van tijdelijke activiteiten niet als een globale ontwikkeling beschouwd moet worden. In het boek *The Temporary City* wordt de open vraag gesteld of deze focus op ‘tijdelijkheid’ niet een luxe ontwikkeling is die alleen is weggelegd voor steden die deel uitmaken van de postindustriële economie. In grote delen van Afrika, Azië en Latijns-Amerika ligt de focus nog veel meer op het gedegen ontwikkelen van permanente culturele structuren (Bishop, 2012: 6). Daarbij stellen de auteurs van het boek *Eventfull Cities* (Richards, 2010) dat culturele stedelijke events die als eenmalig worden geïnitieerd zich beperken tot Europa en Noord-Amerikaanse steden (Richards, 2010: 63). Het zijn deze gebieden waar de ontwikkelingen dermate hard gaan en waar steden door stedelijke problematieken voor creatieve uitdagingen staan om te revitaliseren. En het zijn invloeden als de beleving van tijd en ruimte en de snelheid waarmee kennis kan worden uitgewisseld die juist in deze ‘Westerse’ steden zo voelbaar aanwezig zijn waardoor zowel makers als publiek zich gestuurd voelen (Bishop, 2012: 35).

²⁷ <http://www.barburo.be/>

²⁸ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31 | 05 | 2012

De relatie die zowel makers van een pop-up als het publiek met die omgeving aangaan is tijdelijk. Daarom kenmerken pop-up verschijnselen zich door een grote mobiliteit (Skold, 2010: 366). Een pop-up wordt in een rap tempo ergens uitgerold, past zich aan naar de context, en wordt weer ingerold.²⁹ Het pop-up concept is daarmee in feite een format dat zich steeds weer met een specifieke invulling over een andere locatie laat uitvouwen.

1.7 Culturele condities

In de inleiding van deze scriptie zijn verscheidende voorbeelden geschetst van activiteiten die als een pop-up activiteit beschouwd kunnen worden. Als gedeelde noemer behelzen zij allen in meer of mindere mate culturele elementen.³⁰ Ook hier is geen heldere grens te trekken tot wat er wel tot culturele pop-ups gerekend kan worden en wat niet de stempel ‘cultureel’ verdient.

Kenmerkend aan de pop-up vorm is dat het fenomeen als paraplu fungeert waaronder verscheidende uitingen samengebracht kunnen worden.

Daarbij moet *allereerst* niet geprobeerd worden cultuur te benaderen vanuit disciplines. Binnen het pop-up verschijnsel worden veelvuldig grenzen tussen verscheidende disciplines overschreden en het zijn nu juist deze cross-overs die de ruimte bieden voor culturele exploraties (Debruyne, 2009: 17). Het gaat daarbij niet zozeer om de vraag of het wel dan niet cultuur is.

‘Wanneer de stichting MediaMatic een kwartmiljoen uien in Amsterdam laat storten en iedereen oproept om gratis uien te komen halen om aandacht te vragen voor het enorme uienoverschot waar Nederland mee kampt, dan weten zij op een opvallende maatschappijkritische manier aandacht te vestigen op hoe wij over eten nadenken, en ook dat gaat over cultuur.’³¹

Aldus Jurgen Hoogendoorn, adviseur bij het ontwikkelingsbureau Gemeente Amsterdam. De kracht van een pop-up zit volgen hem in de uitzonderlijke manier waarop er aandacht wordt gevraagd voor een culturele ontwikkeling of uiting.

Vervolgens is er ook sprake van een broze nauwelijks te benoemen grens tussen een pop up en wat enkel tot een creatieve commerciële marketing stunt gerekend kan worden.³² Een activiteit kan pas echt over een culturele meerwaarde beschikken wanneer er voorbijgegaan wordt aan enkel plat spektakel dat aanzet tot consumptiegedrag (Thackara, 2005: 192) . Bij de voorbeelden van pop-ups die in de short-list zijn opgenomen, draait het dan ook niet om het positioneren of branden van een merk, maar om het creëren van een unieke activiteit die losstaat van die brand. Daarbij is het niet uitgesloten dat het gaat om het verkopen van een product. Zo heeft een pop-up galerie tot doel haar expositie te verkopen. ‘Er moet echter niet de atmosfeer

²⁹ Nina Deus – persoonlijk interview: 25|05|2012

³⁰ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31|05|2012

³¹ Jurgen Hoogendoorn -- persoonlijk interview: 14|05|2012

³² Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

heersen dat het in de eerste plaats draait om het verkopen, maar dat het draait om cultuur snuiven in een bijzondere setting.’³³

Hoewel velen vinden dat een culturele pop-up in de eerste plaats geen ‘marktgevoel’ uitstraalt, stellen zij wel vast dat pop-ups zoeken naar luchtige manieren om kunst en andere culturele verschijnselen onder de aandacht te brengen. ‘Pop-ups’ kenmerken zich veelal als activiteiten waarin cultuur op een hele laagdrempelige, vaak onverwachte verrassende wijze onder de aandacht wordt gebracht.³⁴

1.8 ‘Optionele’ condities

De conditie tijd is het meest cruciaal gebleken in de context van het pop-up concept. Om iets onder de paraplu term pop-up te kunnen scharen moet een activiteit ontwikkeld worden als eenmalige en in tijd gelimiteerde gebeurtenis. Vervolgens doet de ruimte ertoe omdat dat de happening in de stedelijke omgeving plaatsvindt en op eigengereide wijze een bijzondere relatie met die omgeving aangaat.

Aansluitend zijn er verscheidende factoren die van invloed zijn, maar deze hebben geen in- of uitsluitende waarde om te bepalen of een project als een pop-up project geduid kan worden (Bishop, 2012: 42). Bij dergelijke eigenschappen moet gedacht worden aan ‘het verrassingsmoment’³⁵, het ‘spontane’ karakter³⁶, het al dan niet ‘kant en klare product’³⁷, het publiek dat al dan niet op de hoogte is³⁸, publieksparticipatie³⁹, lowbudget opzet⁴⁰ enzovoorts. Deze kenmerkende elementen zullen in de volgende hoofdstukken nader worden behandeld.

1.9 Conclusie: Pop-up als vormconcept

Op basis van de uiteenzetting hierboven hoe het pop-up verschijnsel zich laat duiden, kan geconcludeerd worden dat het pop-up verschijnsel vooral gaat om een vorm die steeds weer in een andere context wordt toegepast. Dit uitgangspunt past bij een tijdgeest waarin alles in rap tempo aan verandering onderhevig is. Pop-ups maken het mogelijk om zichzelf steeds weer aan die dynamische context aan te passen.

³³ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

³⁴ Katrien Laenen – persoonlijk interview: 24|04|2012

³⁵ Persoonlijke interviews met Nan van Houten – 04|06|2012/ Kristof Blom – 03|05|2012 / Sandra Heylen – 20|04|2012 / Lara Simons – 27|03|2012

³⁶ Persoonlijke interviews met: Kristof Blom – 03|05|2012/ Wouter Hillaert – 12|04|2012 / Jeroen Beekmans – 23|05|2012 / Bart Heerdink – 31|05|2012

³⁷ Persoonlijke interviews met Bart Heerdink – 31|05|2012 / Fredo Desmet – 09|04|2012 / Nina Deuss – 25|05|2012

³⁸ Persoonlijke interviews met Nan van Houte – 04|06|2012/ Bart Heerdink – 31|05|2012

³⁹ Persoonlijke interviews met: Fredo Desmet – 09|04|2012 / An de Bishop – 24|04|2012 / Sandra Heylen – 20|04|2012 / Joris Jansen – 23|04|2012

⁴⁰ Persoonlijke interviews met: Bart Heerdink – 31|05|2012 / Nina Deuss – 23|05|2012/ Jurgen Hoogendoorn – 23|05|2012/ Bart Doucet – 11|06|2012

2. De makers van pop-ups

Mondiale sociale, economische en culturele ontwikkelingen bieden ruim baan om het pop-up concept te exploreren. De configuratie van tijd en ruimte, de toenemende ‘vluchtigheid’ waarop de wereld wordt benaderd, maken het pop-up concept als een ‘passende’ en voor de hand liggende manifestatie. Maar wie zijn het die zich aangetrokken dan wel geroepen voelen om pop-up achtige activiteiten te initiëren? En wat zijn hun beweegredenen? Dit hoofdstuk bevat enkele antwoorden op deze vragen.

2.1 Wie doet het?

Wie doen het? Deze vraag wordt in zowel literatuur als door de geïnterviewden niet toegespitster beantwoord dan dat er woorden als ‘kunstenaars’, ‘creatievelingen’ en ‘producenten’ worden gehanteerd.⁴¹ In the *Temporary City* spreekt men over ‘kunstenaars’ (Bishop, 2012: 63). In het artikel *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation* heeft men het over ‘creative organisers’ (Richards, 2010: 17). En ook in de interviews wordt men niet specifiek dan ‘podiumkunstenaars’ en ‘de creatieven’.⁴² Woordkeuzes als ‘innovators’ en ‘andersdenkenden’ zijn daarbij nog de meest veelzeggende termen omdat dit impliceert dat het makers betreft die zoeken naar nieuwe manieren om te creëren, daargelaten wat ze dan willen creëren.⁴³

Uit het vorige hoofdstuk bleek al dat pop-up activiteiten zich kenmerken door cross overs en dat grenzen tussen disciplines vervagen. Dit zegt daarbij ook iets over de makers. Want, zo stelt Jurgen Hoogendoorn, ook zij kiezen niet meer voor een enkele specialisatie: ‘Architecten worden kunstenaars, of worden procesbegeleider, en kunstenaars worden stadslandbouwers of stedelijk ontwikkelaar’⁴⁴ Hieruit kan opgemaakt worden dat pop-up juist alle ruimte biedt om nieuwe gebieden en disciplines te verkennen en van de gebaande paden af te wijken. Dit onderstreept dat degenen die het concept benutten, mensen betreft die horizonten willen verleggen.⁴⁵ Het gaat er dus niet om of het kunstenaars betreft vanuit een specifieke discipline of achtergrond. Het gaat er ook niet om of ze ouder of jonger zijn, want ook daarover zijn er verschillen de ideeën: het gaat erom dat ze iets maken; vandaar de hier gehanteerde term: ‘makers’.

Hoewel deze makers niet over één kam geschoren kunnen worden, hebben zij wel allen eenzelfde karaktertrek: ondernemend zijn (Kloosterman, 2005: 61). Uit de analyse van de makers van de pop-up activiteiten uit de short-list blijkt dat vrijwel al deze ontwikkelde projecten geïnitieerd zijn door zeer kleinschalige clubjes mensen. De meerderheid van de projecten is

⁴¹ Persoonlijke interviews met; Joris Janssen - 23|04|2012 / Wouter Hillaert – 12|04|2012 , Lara Simons – 27|03|2012

⁴² Nan van Houte – persoonlijk interview: 25|05|2012

⁴³ Jurgen Hoogendoorn - persoonlijk interview: 14|05|2012

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Bart Doucet – persoonlijk interview: 11|06|2012

opgezet door een team van maximaal vijf initiatiefnemers waarbij het opvalt dat vrijwel geen enkele pop-up door een individu wordt opgezet. Degenen die de handen ineenslaan hebben vrijwel allen een artistieke (makers) achtergrond. Daarnaast zijn zij vaak ook thuis op andere vlakken zoals kennis rondom gebiedsontwikkeling, communicatiewetenschappen of ondernemerschap. Vervolgens blijkt dat veel van deze teams zijn samengesteld uit mensen met verschillende expertises. Hiervoor wordt hoofdzakelijk de reden aangedragen dat de makers elkaar zo optimaal kunnen aanvullen en dat ze hierdoor het gevoel hebben ‘alles aan te kunnen’.⁴⁶ Door juist dus met een zeer compact gezelschap te werken waarvan de deelnemers veelzijdige competenties beheersen worden kleine teams ‘alleskunnners’.

Daarbij wordt duidelijk dat ze allen helpende handen weten te mobiliseren om gezamenlijk een project neer te zetten. Het betrekken van deze vaak vrijwillige helpers kan ook als een patroon geduid worden. Om het concept met het gratis theaterstuk *Hamlet bij de Hallen* mogelijk te maken, waren er acteurs nodig. Geld was er echter niet. ‘Via via’ zijn acteurs simpelweg opgebeld met de vraag: ‘Joh, we gaan gratis spelen, doe je mee?’. En zo verzamelde *Hamlet bij de Hallen* in een mum van tijd zijn crew bij elkaar die niet alleen bestond uit acteurs, maar ook lichttechnici, catering, marketeers en dergelijke.⁴⁷ Ook de projecten die meer gedreven worden vanuit het ondernemerschap met de intentie winst te maken, zoals BarBuro, worden allereerst gedreven door twee enthousiaste initiatiefnemers die weer anderen enthousiast krijgen om een vaak vrijwillige bijdrage te leveren.⁴⁸

Het gaat dus veelal om kleine groepjes ‘makers’ die een onderlinge vriendschap of interesse delen en die de handen ineenslaan om gezamenlijk een activiteit te organiseren. Maar waarom kiezen ze er dan voor een eigen invulling te geven aan het pop-up verschijnsel?

2.2 Ontstaan uit het niets?

Hoewel het pop-up fenomeen goed te plaatsen valt binnen de huidige tijdsgeest en hierdoor ook eigenschappen in zich heeft die van deze tijd zijn, is het niet nieuw dat makers kortstondige tijdelijke interventies ontwikkelen en daarmee afwijken van meer algemeen geaccepteerde standaarden in de kunst. Alvorens in te gaan op wat makers nu beweegt is het nodig het pop-up concept te plaatsen binnen een historische context om te kunnen duiden waarop het concept het verschil maakt.

Het initiëren van uiteenlopende interventies kan terug worden herleid tot de Dadaïsten die na de eerste wereldoorlog al allerhande interventies initieerden om de spot te drijven met gevestigde waarden. Dat deden ze met alle traditionele opvattingen van goede smaak in kunst en literatuur, die zij beschouwden als culture symbolen van een samenleving die berustte op hebzucht en materialisme (Hounour, 2002: 802). Vanaf de jaren zestig was er een toename

⁴⁶ Persoonlijke interviews met: Lara Simons – 27|03|2012, Nina Deuss – 25|05|2012

⁴⁷ Nina Deuss – persoonlijk interview: 25|05|2012

⁴⁸ Bart Meyskens – persoonlijk interview: 23|05|2012

zichtbaar van verschillende stromingen waarin kunstenaars hun weezin kenbaar maakten tegen het gevestigde culturele systeem waarin zij vrijwel automatisch werden meegesleurd. Door te benadrukken dat kunst niet een speciaal soort voorwerp is dat is te reproduceren en daarmee tot handelswaar verheven kan worden, of met een speciale plaats zoals een galerie of museum vereenzelvigd kan worden, hoopten zij een manier te vinden om het systeem te omzeilen (Hounour, 2002: 856). Het Situationisme was een politieke culturele kunststroming die hierop inhaakte en zich liet omschrijven als ‘een beweging tegen schijn’. De beweging had de intentie om door het ontwikkelen van artistieke praktijken te ageren op de opkomst van schijn, reclame en spektakel. Daarmee wilde ze de aandacht vestigen op de visie dat het echte leven had plaatsgemaakt voor een leven vol consumptie van spektakel (Smith, 2002: 34). Door hun interventies probeerden de aanhangers van deze beweging de focus te verleggen van het ‘hebben’ naar het ‘vatten’ van een bepaald moment op een bepaalde plek.

Het organiseren van een ‘happening’ vloeit voort uit de activiteiten die de situationisten organiseerden. Een happening had de intentie om op spontaan ogende, ludieke wijze de openbare orde tijdelijk te derangeren en om daarmee kritiek te leveren op gevestigde denkbeelden en systemen. Omdat de term ‘happening’ nu nog veelvuldig wordt ingezet voor allerhande activiteiten moet beseft worden dat zij daardoor aan kracht heeft ingeboet. In Nederland heeft de protestbeweging Provo in de jaren zestig het organiseren van een happening ingezet om met simpele acties de autoriteiten uit te dagen en daarmee veel media-aandacht te bereiken.⁴⁹ Het is steeds eenvoudiger gebleken om aandacht te vragen voor een statement door een happening te initiëren. Ook nu worden er nog interventies geïnitieerd die een politieke lading kennen en waar grote aandacht voor verworven wordt. Zo is er in Brussel in juni jongstleden een actie opgezet om op zondagmiddag gezamenlijk te gaan picknicken op de drukke Anspachlaan om zo commentaar te leveren op de wijze waarop de gemeente Brussel geen zorg draagt voor de openbare ruimte in de stad.⁵⁰ Deze ‘happening’ kent door de beschikbaarheid van grote digitale netwerken een verstrekkend bereik om publiek te mobiliseren; dit wordt verderop in deze scriptie nog nader uitgewerkt. Deze dynamiek is ook terug te zien bij de initiatiefnemers Improv Everywhere die over heel de wereld acties op touw zetten om chaos en blijdschap in de openbare ruimte te activeren en zo bijvoorbeeld 200 mensen voor 2 minuten in een bevroren houding in de centrale hal van New York Central Station te laten stilstaan om zo verwarring te zaaien.⁵¹ Dit laatste voorbeeld is een ontwikkeling die al veel meer ontstaat is van een politieke lading en duidelijk zal worden dat het pop-up fenomeen meer aansluit bij deze lichte insteek. Dit neemt niet weg dat makers het pop-up concept zeker ook inzetten in hun verweer tegen de gevestigde, klassieke cultuursector.

⁴⁹ www.geschiedenis24.nl

⁵⁰ www.nieuwsblad.be

⁵¹ www.improveverywhere.com

2.3 Waarom pop-up?

Waar van oudsher kunstenaarsgroeperingen vooral werden aangezet tot het initiëren van happenings uit verweer tegen de gevestigde orde, lopen de beweegredenen van de makers van pop-up verder uiteen. Niettemin erkennen alle makers die voor dit onderzoek zijn benaderd, dat het de vrijheid is die maakt dat het werken met de pop-up vorm zo aantrekkelijk is. Uit de gesprekken bleek dat veel initiatieven financieel niet rendabel zijn en dat er dus erg veel vrijwillige tijd in de projecten gestoken wordt. Dit belemmert de makers echter niet omdat het hen gaat om andere aspecten. Zo stelt maakster Nina Deuss: ‘We appelleren allemaal aan hetzelfde gevoel: we willen iets nieuws uitvinden. We willen iets verbeteren aan de wereld en daarnaast willen we onze vrijheid behouden.’⁵² De vrijheid die het mogelijk maakt om te kunnen creëren, om zelfstandig keuzes te kunnen maken, te doen wat goed voelt en snel te kunnen handelen en iets te kunnen realiseren.

Deze vrijheid wordt hoofdzakelijk behouden doordat mensen, oftewel ‘enthousiastelingen’ zelfstandig besluiten de handen ineen te slaan en een pact te vormen om iets op touw te zetten. Hierdoor hoeven de initiatieven niet geconformeerd te worden naar het beleid van een culturele instelling, maar enkel naar wat voor de teamleden als goed ervaren wordt. Dit ervaren de makers als de sleutel tot het behoud van hun vrijheid. Er kan daardoor veel meer, er kan wilder gedacht worden en is er veel meer ruimte om te denken buiten de gebaande paden of simpelweg aan te gaan “wat er op ons pad komt”.⁵³

Dit verklaart echter nog niet waarom dan de pop-up verschijning juist nu in opmars is. Bart Heerdink, programmamanager van het Nederlands Instituut voor Design en Mode, legt daarvoor een relatie met de ontwikkelingen op digitaal vlak en de Do It Yourself (DIY) mentaliteit die hierdoor gestimuleerd wordt.

‘In feite kun je tegenwoordig als individu of als klein collectief functioneren zoals een compleet instituut doet. Je kunt veel meer zelf door de online tools en instructables die beschikbaar zijn. Zo is er niet meer een aparte marketingafdeling nodig en kun je ook je financiële administratie zelfstandig bijhouden. Voor je het weet heb je je eigen pop-up event gebrand en ontwikkeld’⁵⁴

Door de komst van Web 2.0 is het steeds eenvoudiger om allerhande kennis uit te wisselen en hiervan kunnen dus ook zelfstandigen en niet-professionals leren. Ook de toenemende mogelijkheden van sociale media om uit te wisselen wat iedereen doet, stimuleert dit het DIY-denken.⁵⁵ Daarbij bieden sociale netwerken en allerhande blogs een demonstratieplek voor deze creaties wat als katalysator beschouwd kan worden om elkaar ertoe aan te zetten zelfstandig aan

⁵² Nina Deuss – persoonlijk interview: 25|05|2012

⁵³ Heidi Ballet – persoonlijk interview: 23|04|2012

⁵⁴ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31|05|2012

⁵⁵ Ibidem

de slag te gaan.⁵⁶ Daarbij kan men ook gebruik maken van het format pop-up dat heel flexibel inzetbaar en naar wens in te vullen is (Richards, 2010: 19). Dit biedt makers daardoor meer mogelijkheden (Bishop, 2012: 118).

Makers erkennen de gedachte dat ze zelf heel veel mogelijk kunnen maken en zien dit zowel als een voor- als nadeel. Enerzijds hebben ze er plezier in om als ‘alleskunnners’ te functioneren en niet afhankelijk te zijn van anderen die besluiten moeten nemen.⁵⁷ Anderzijds kost het erg veel tijd en energie om alles zo goed mogelijk uit te werken.⁵⁸ Juist omdat het gaat om tijdelijke projecten waar in zeer beknopte tijd rendement dan wel succes geboekt moet worden, vraagt het intensieve betrokkenheid van de makers (Kloosterman, 2005: 61).

Het is deze vrijheid die het niet alleen mogelijk maakt om zelfstandig zowel inhoudelijke keuzes te maken, maar ook om snel te handelen, reflectief te werk te gaan en last minute wijzigingen door te voeren (Richards, 2010: 19). Het is echter niet zo dat makers hierdoor ‘gewoon zomaar wat doen’ (Bishop, 2012: 31). Achter ogenschijnlijk spontane creaties gaat vrijwel altijd een goed doordacht scenario schuil, waarbij er bewust keuzes zijn gemaakt qua locatie, parkeerplaatsen en dergelijke. Achter de coulissen gebeurt het echte productiewerk en wordt er evenzeer aan een groot projectplan met beoogde resultaten en effecten gesleuteld.⁵⁹ Dit bevestigt dat makers een grote verantwoordelijkheid willen nemen. De vrijheid waar het makers dus vooral om te doen is, is het hebben van ‘eigen’ verantwoordelijkheid.

2.4 Artistieke vrijheid

Buiten de vrijheid om zelfstandig te ondernemen, kan pop-up ook gerelateerd worden aan een grote behoefte aan artistieke vrijheid. De stad wordt beschouwd als een omgeving die ruimte biedt voor die hang naar artistiek onderzoek. Veel podiumkunstenaars, en dan met name theatermakers, lijken daarmee de muren van een theaterzaal te zijn ontgroeid. Zij zijn op zoek naar nieuwe plekken om te experimenteren.⁶⁰

Dit wordt door veel van de geïnterviewden allereerst uitgelegd als een reactie op de klassieke cultuursector die ervaren wordt als een kleine gesloten wereld waarbinnen een politiek spel heerst dat de gevestigde structuren in stand houdt. Dit gevoel onder makers is ver terug te voeren in de geschiedenis. Huidige makers geven aan de gevestigde sector te ervaren als vastgeroest en ‘over geïnstitutionaliseerd’.⁶¹ Waar bij reguliere theaters ruimschoots anderhalf jaar voordien al plannen ingediend moeten worden omdat het productiesysteem op die manier werkt, gaat dit ten koste van de artistieke ruimte. Dit kan een motivatie zijn om buiten de gebaande paden te kijken.⁶² Deze ‘scene’ die uitgelegd kan worden als een ruimte die beheerst wordt door

⁵⁶ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

⁵⁷ Persoonlijke interviews met: Heidi Ballet – 23|04|2012 & Bart Meyskens – 09|04|2012

⁵⁸ Elisabeth Kraus – persoonlijk interview: 30|05|2012

⁵⁹ Bart Meyskens – persoonlijk interview: 09|04|2012

⁶⁰ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

⁶¹ Wouter Hillaert – persoonlijk interview: 12|04|2012

⁶² Kristof Blom – persoonlijk interview: 03|05|2012

macht waar sommigen eenvoudiger deel van uitmaken dan anderen, wordt door enkelen ervaren als meer dan een hindernis. Wanneer je de drempel van deze sector overschrijdt en bijvoorbeeld een theaterhuis binnenloopt dan geldt daar de logica van de kunst (Verschaffel, 2004: 6). ‘Dit betekent dat je een aantal dingen wil geloven en een aantal dingen niet wil geloven en voor een deel in die logica van het theater wil meegaan.’⁶³ Voor makers kan het een motief zijn om te willen tornen aan deze logica of zich er volledig aan te willen onttrekken. Juist het gebied waar deze logica niet geldt, zoals de stedelijke omgeving en de straat kan ruimte bieden voor artistiek experiment.

Daarbij wordt ook als reden gegeven dat makers - naast de behoefte aan experiment – ook snakken naar buitenlucht (Jongenelen, 2010: 11). Juist buiten de muren van gevestigde instituten zijn er die nieuwe artistieke wegen te bewandelen (Twaalfhoven, 2010: 87). Daarbij daagt de omgeving je ook uit omdat je er een enigszins oncontroleerbare hoeveelheid omgeving bij krijgt die beroep doet op vindingrijkheid. Dit prikkelt makers.⁶⁴ Het zijn vervolgens vooral de plekken die een beetje een isolaat en verdrietig karakter hebben die makers aantrekt.⁶⁵ Het zijn juist die minder perfect gereguleerde omgevingen die voor makers zowel als een bron van inspiratie als een uitdaging gelden (Bishop, 2012: 23). Daarbij wordt er in zowel literatuur als in de afgenomen interviews opvallend vaak naar de stad Berlijn verwezen. Zo kreeg Nina Deuss, maakster van *Hamlet bij de Hallen*, van velen te horen dat het net was alsof ze in Berlijn waren.⁶⁶ En zowel Jurgen Hogendoorn als Heidi Ballet duiden Berlijn als een echte pop-up stad. ‘Doordat daar nog steeds sprake is van enorme ontwikkelingen, liggen er veel plekken verloren bij, dit daagt makers uit er nieuw leven in te blazen.’⁶⁷ Daarbij speelt een rol dat in dergelijke omgevingen ‘vermarketing’ niet aanwezig lijkt te zijn.⁶⁸ Want waar het draait om de markt, daar moet er ook met allerhande andere factoren rekening gehouden worden die soms niet in dienst staan van het artistiek proces. Juist het gevoel dat er voluit de ruimte is om te experimenteren zonder dat daar commerciële belangen een rol bij spelen, maakt dat er voor veel makers de juiste artistiek aantrekkelijke atmosfeer heerst om te kunnen creëren.⁶⁹

2.5 Professionalisering

Deze ‘hang’ naar mistroostige plekken die zich in de eerste plaats er niet voor lijken te lenen om er een ‘aantrekkelijke’ happening te organiseren, sluit aan bij de aantrekkingskracht van de zogenoemde ‘underground’: activiteiten die zich afzetten tegen het betrekken van het grote publiek. De Loveparade in Berlijn was destijds bedoeld als een eenmalige undergroundhappening waarvan maar enkelen op de hoogte waren die achter een wagentje met daarop een gettoblaster

⁶³ Joris Janssens – persoonlijk interview: 23|04|2012

⁶⁴ Nan van Houte – persoonlijk interview: 04|06|2012

⁶⁵ Wouter Hillaert – persoonlijk interview: 12|04|2012

⁶⁶ Nina Deuss – persoonlijk interview: 25|05|2012

⁶⁷ Heidi Ballet – persoonlijk interview: 23|04|2012

⁶⁸ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

⁶⁹ Heidi Ballet – persoonlijk interview: 23|04|2012

liepen. Ondertussen is deze ‘eenmalige’ manifestatie uitgroeid tot een gestandaardiseerd en geïnstitutionaliseerd concept. Een ontwikkeling die in lijn is met eerdere kunststromingen die zich juist aan de instituties probeerden te onttrekken maar uiteindelijk toch niet aan konden ontkomen. Wat klein en underground begint en dus niet voor het grote publiek is ontwikkeld kan wel zo opgepikt worden.⁷⁰ Zo kunnen commerciële initiatieven en instanties zich deze ontwikkelingen toe-eigenen en worden de activiteiten alsnog meer ‘corporated’ (McNaughton, 2008: 303). Dit wordt door anderen echter positief uitgelegd omdat het aantoont dat artistiek experiment de voedingsbodem is voor de commerciële sector en daarmee ook gelegitimeerd wordt (Bishop, 2012: 18). Er zijn ook makers die aangeven dat ze soms toch de hang hebben naar professionaliseren en meer regelmaat. Elisabeth Kraus, initiatiefnemer van de Amsterdamse pop-up galerie erkent dat het niet alleen inspirerend maar tevens uitputtend is om steeds maar weer een nieuwe locatie te zoeken.⁷¹ Deze motieven worden vooral vanuit praktische optiek ingegeven en spreken soms de artistieke wensen tegen.⁷² Want wanneer een pop-up galerie zich permanent gaat vestigen, waar is dan de kracht ‘van’ het specifieke van pop-up gebleven?

2.6 Pop-up als noodzaak

Uit deze analyse blijkt dat makers zich vooral gedreven voelen om pop-ups te ontwikkelen omdat dit hen handelingsvrijheid biedt. Daarbij geldt bij een aantal initiatieven ook dat het simpelweg de enige mogelijkheid is om een culturele activiteit te kunnen creëren. Een drastisch voorbeeld hiervan is het theatergezelschap Belarus Free Theatre. Het betreft een groep kunstenaars die genoodzaakt zijn om enkel onverwacht op te poppen, omdat hun activiteiten in strijd zijn met het Wit Russische bewind. Om die reden worden zowel repetities en optredens in het geheim gehouden in kleine privé appartementen.⁷³ Enkel door in het geheim te opereren kan deze artistieke vrijheid verworven worden.⁷⁴ Dit voorbeeld wijkt af van de eerdere voorbeelden die een luchtigere context kennen. Zoals echter al eerder is geduïd, ligt de focus in deze scriptie op Europa en Noord-Amerika en hebben politieke invloeden daar niet een dergelijke impact. Dit neemt niet weg dat er ook andere redenen zijn waarom de pop-up vorm wordt beschouwd als een redmiddel.

Tijdens de gesprekken zijn ook regelmatig economische motieven ter sprake gekomen. Degenen die geen toegang hebben tot kapitaal of geen middelen voor een lening hebben, zijn hoe dan ook uitgesloten van de commerciële markt; daarom zoeken vooral startende creatievelingen naar andere manieren om iets van de grond te krijgen (Bishop, 2012: 30). Dit mechanisme is niet nieuw. Ook in de jaren tachtig waren er al kunstenaars en krakersinitiatieven waar vernieuwende kunststromingen opkwamen in stedelijke ‘vergeten’ restructies omdat het er goedkoop was en

⁷⁰ Eva Peeters - – persoonlijk interview: 04|04|2012

⁷¹ Elisabeth Kraus – persoonlijk interview: 30|05|2012

⁷² Ibidem

⁷³ http://en.wikipedia.org/wiki/Belarus_Free_Theatre

⁷⁴ Nan van Houte – persoonlijk interview: 04|06|2012

daarom niet erkende vernieuwers de mogelijkheid bood om zich te kunnen vestigen.⁷⁵ Waar in de jaren tachtig plekken voor een langere periode als broedplaats werden ‘geconfisqueerd’, daar biedt het concept pop-up juist uitvalswegen om op vluchtigere wijze creativiteit op lowbudget wijze in te zetten en te ontwikkelen. Juist doordat pop-up activiteiten voor een zeer korte periode een relatie aangaan met de ‘vergeten restruimte’ waar ze voornamelijk plaatsvinden, en er geen contracten hoeven te worden aangegaan voor de langere termijn, bieden zij interessante mogelijkheden om snel aandacht te vragen en bekendheid te verwerven. Daarbij komt dat internet voor veel gratis tools zorgt en dat pop-up activiteiten al met al aanzienlijk minder kosten dan klassieke cultuurmanifestaties. Van belang is tot slot dat juist tijdelijke events in de huidige tijdsgeschiedenis een grotere impact op korte termijn hebben. (Richards, 2010: 19) en dat het vluchtige karakter van de ontwikkeling van creativiteit eveneens past bij deze tijdsgeschiedenis.

2.7 Het creëren van ontmoetingen

Vervolgens blijkt uit de gevoerde gesprekken dat juist de elementen die het pop-up format in zich heeft, veel mogelijkheden bieden om een nieuw soort omgang met het publiek te exploreren. Daarbij staat steeds minder een object of een beeld centraal, maar draait het om de ontmoeting *an sich* (Ruyters, 2005: 86). Makers gaan op zoek naar manieren om een directe relatie met hun publiek aan te gaan.⁷⁶ Een happening op locatie creëert daarvoor mogelijkheden omdat de relatie tussen publiek en de makers niet is onderworpen aan het gebruikelijke stramien van bijvoorbeeld een theaterzaal met de daarbij behorende conventies.⁷⁷ Bart Caron, auteur van *Over Cultuurparticipatie* (Caron, 2006), stelt dat dit de slaagkans aanzienlijk verhoogt en ruimte creëert voor het ontwikkelen van nieuwe interactieve participatievormen voor culturele diversiteit en een brede dynamische definitie van cultuur (Caron, 2006: 57).

Ook de gesproken makers erkennen de ambitie om mensen samen te brengen en interactie met hen aan te gaan. Fredo Desmet en Bart Meyskens, die onder het label *Avenue L* diverse pop-up projecten, zoals het huidige BarBuro, initieerden hebben als motto: ‘Connecting people’. Daarbij proberen zij zich steeds weer te richten op een zeer specifieke doelgroep: de creatieve klasse van Gent, omdat deze mensen graag bij elkaar worden gebracht en de samenkomsten de gewenste ‘inspirerende’ atmosfeer met zich brengen.⁷⁸

Sandra Heylen, zakelijk leider van het ‘rariteitenkabinet’ Cirq, stelt vervolgens dat Cirq de ambitie heeft om niet alleen mensen maar vooral ook verschillende werelden bij elkaar te brengen en hen kortstondig notie van elkaar te laten nemen.⁷⁹ Hiermee duidt zij een meer sociaal artistieke motivatie waar het pop-up format zich goed voor leent.

⁷⁵ www.metropolism.com

⁷⁶ Joris Janssens – persoonlijk interview: 23|04|2012

⁷⁷ Wouter Hillaert – persoonlijk interview: 12|04|2012

⁷⁸ Fredo Desmet en Bart Meyskens – persoonlijk interview: 09|04|2012

⁷⁹ Sandra Heylen – persoonlijk interview: 20|04|2012

Juist het luchtige laagdrempelige karakter dat vele pop-up activiteiten in zich hebben, maakt dat er diverse groeperingen samengebracht kunnen worden vanuit een maatschappelijk engagement. Door aan een dergelijke ontmoeting middels culturele elementen een extra laag toe te voegen komt het onderlinge contact op een hoger niveau te liggen. ‘Dan deel je een culturele ervaring’.⁸⁰ Dit sluit aan bij het onderzoek van Caron waarin de conclusie wordt getrokken dat participatie en engagement voorwaarden zijn voor het slagen van artistieke en culturele projecten (Caron, 2006: 59).

2.8 Dank aan technologie

Zoals in het eerste hoofdstuk al is uiteengezet, hebben de technologische ontwikkelingen en de informatierevolutie maatschappelijke veranderingen met zich gebracht waarin het pop-up verschijnsel goed te plaatsen is. Deze ontwikkelingen hebben ook invloed op de betekenis van productie, circulatie en het uitwisselen van kunsten en cultuur en geven een breder, en makkelijker toegang tot een grotere hoeveelheid makers (Bishop, 2012: 117). Web 2.0 technologieën en sociale media bieden allerhande nieuwe mogelijkheden voor het uitwisselen van kennis en het verankeren van netwerken (Valck 2010: 59). Deze netwerken spelen voor het pop-up fenomeen een essentiële rol en daarbij gaat het om twee vormen van netwerken: persoonlijke lokale netwerken en netwerken die zich vormen op basis van gemeenschappelijke interesses.

Persoonlijke netwerken worden door veel makers als de voorwaarde beschouwd om een achterban voor pop-up activiteiten te vinden. Digitale media zorgen er vervolgens voor dat je op een zeer snelle manier dat netwerk kunt aanspreken en dat je berichten vervolgens vrijelijk kunt laten circuleren binnen die netwerken. Wanneer je als maker ruim tien jaar geleden het plan had opgevat om een project in een afgelegen stuk havengebied te initiëren, omdat dit een ‘inspirerende’ locatie was, dan was het vrijwel onmogelijk om daar een groot publiek voor te mobiliseren. Zonder de huidige netwerken had de maker simpelweg veel meer tijd nodig om met zijn achterban praktische informatie te communiceren. De kans was groot dat alvorens het nieuws binnen netwerken begon te circuleren, het alweer tijd was om het project op te doeken.⁸¹ Door sociale netwerken hebben makers de mogelijkheid om veel sneller met hun achterban te communiceren, zicht te krijgen op wie hun achterban is, en in de gaten te houden hoe deze op de activiteiten reageert.⁸² Het onderhoud van sociale netwerken via virtuele kanalen maakt het dus mogelijk en stimuleert allerhande instant mini events te organiseren en daar volgers voor te vinden.⁸³

Doordat deze pop-ups echter in de analoge stedelijke omgeving oppoppen, is het daarbij van belang om vooral lokale netwerken te onderhouden. Het is immers noodzakelijk dat deze netwerken ook in de offline analoge wereld elkaar vinden en deel uitmaken van de pop-up

⁸⁰ Heidi Ballet – persoonlijk interview: 23|04|2012

⁸¹ Jeroen Beekmans – persoonlijk interview: 23|05|2012

⁸² Bart Meyskens – persoonlijk interview: 09|04|2012

⁸³ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

activiteit. Daarom spelen lokale gemeenschappen een onontbeerlijke rol voor het succes van een pop-up. De initiatiefnemers van BarBuro die vaker in Gent pop-up activiteiten organiseren spitsen dit uitgangspunt verder toe door te stellen dat het daarbij ook gaat om persoonlijke lokale netwerken. Zij achten het vrijwel onmogelijk om in een andere stad zomaar een pop-up te initiëren, zonder dat ze daarbij een beroep kunnen doen op de juiste connecties die zorgen voor de noodzakelijke digitale mond op mond reclame.⁸⁴ Juist dit laatste, wat door Martijn de Waal wordt geduid als het netwerkindividualisme waarbij iedereen weer via zijn of haar persoonlijke netwerk zorgt voor verdere verspreiding, zorgt voor legitimatie van projecten die het mogelijk maakt om groepen mensen te mobiliseren.⁸⁵

In de inleiding van deze paragraaf werd echter al aangegeven dat er nog een essentiële vorm van netwerk meer bereikbaar is geworden om pop-up activiteiten onder de aandacht te brengen. Het betreft hierbij de netwerken met gedeelde interesses die elkaar vinden op online platforms en blogs (Bishop, 2012: 19). Deze netwerken strekken veel verder dan lokale netwerken en ook deze netwerken zijn voor makers van belang. Joop de Boer, blogger en mede-eigenaar van de wereldwijd succesvolle blog *The Pop-Up City*, stelt dat blogs zelfs het werkelijke platform vormen om een argument te maken over ruimte en culturele invullingen. Er is sprake van een gemediatiseerde vorm van stedelijke ontwikkeling waarbij je ook de kracht van de media gebruikt om je project zichtbaar te maken. Dit inzicht is onder makers soms dermate ver doorgedrongen dat zij projecten enkel in een analoge omgeving ontwikkelen om het project te kunnen documenteren en digitaal vast te leggen.

‘Wat een meerderheid van deze makers doen, ze rollen iets uit, ze maken een paar goede foto’s en pakken weer in. Ze lopen naar de eerste de beste computer om de foto’s naar alle blogs te sturen.’⁸⁶

Dergelijke tactieken leiden tot projecten die simpelweg ‘made for the blogger’ zijn. Makers met dergelijke beweegredenen kiezen er dus voor om de stedelijke omgeving vooral te benutten als decor waarbij de pop-up activiteit meer als een proces beschouwd worden met als eindresultaat de digitale representatie daarvan. Hoewel dergelijke initiatieven afwijken van de eerder geformuleerde pop-up kenmerken, is het goed deze in het achterhoofd te houden wanneer er online weer inspirerende projecten ‘oppoppen’. Blogs vormen het platform om de pop-up uitwerkingen aan de hele wereld tentoon te spreiden, maar hierdoor heeft de lezer enkel zicht op de esthetische en conceptuele aspecten van het pop-up concept *an sich*, en hierdoor raken juist bepalende factoren van een pop-up op de achtergrond, zoals de condities als tijd en ruimte tot en met de wijze waarop het publiek inhaakt op de pop-up,

⁸⁴ Bart Meyskens – persoonlijk interview: 09|04|2012

⁸⁵ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

⁸⁶ Jeroen Beekman – persoonlijk interview: 23|05|2012

2.9 Conclusie: De hang naar vrijheid

Samenvattend kan gesteld worden dat het makers vanuit verscheidende perspectieven te doen is om vrijheid en zelfstandigheid. De huidige economische, technologische en sociale ontwikkelingen leiden er toe dat zij enerzijds de behoefte hebben zelf het heft in handen te nemen en zich op die manier zowel artistieke als ook economische vrijheid te verweven. Anderzijds is het ook dankzij deze economische, technologische en sociale ontwikkelingen, dat zij zich deze vrijheden kunnen verwerven.

3. Het publiek van pop-ups

Wie vormt het publiek van pop-ups en waarom voelen deze personen zich er toe aangetrokken? We naderen wederom een grijs gebied, want wat is het publiek? En hoe valt het te plaatsen of en hoe de huidige tijdsgeest hen juist aanzet tot het ‘volgen’ van en onderdeel zijn van een pop-up activiteit?

3.1 De virtuele versus analoge omgeving

De impact van globalisering en technologische ontwikkelingen op de samenleving hebben niet alleen invloed op de manieren waarop makers van pop-ups te werk gaan, maar ook op hoe potentieel publiek zich verhoudt tot deze ontwikkelingen. Hoewel het in eerste instantie een paradoxale aanname lijkt, zijn het juist de virtuele ontwikkelingen en mogelijkheden die enerzijds ontdaan zijn van de notie van een locatie maar anderzijds juist weer de aandacht vestigen op de analoge setting. En dat laatste biedt dan juist weer mogelijkheden om publiek te vinden voor pop-up activiteiten op een locatie.

Veel van de genoemde pop-up activiteiten kunnen niet los beschouwd worden van een wereld waarin toegankelijke, goedkope mobiele technologieën een steeds grotere rol spelen. Mensen hebben de mogelijkheid om zich hierdoor veel vrijer te bewegen en dus ook de mogelijkheid de buitenlucht in te trekken. Mobiele technologieën maken het ook mogelijk om ondertussen in contact te blijven met de dagelijkse gang van zaken waar men via onder andere smartphones nog steeds toegang toe heeft (Bishop, 2012: 33). Doordat je dus in je broekzak ‘de toegang tot de rest van de wereld’ met je mee draagt, kunnen individuen veel sneller schakelen tussen de online en offline wereld.

‘Ons ‘echte’ leven gaat moeiteloos over in de schaduwwereld van het internet en de dingen die op het web doen nemen we weer mee naar het gewone leven. Omdat vrijwel alles wat wij doen niet alleen digitaal ondersteund maar ook digitaal gerepresenteerd wordt, zijn de media ook onlosmakelijk verbonden met onze beleving van de werkelijkheid’ (Thakara 2005: 193).

Deze ontwikkeling beïnvloedt mee de opmars van aandacht voor pop-activiteiten. ‘Doordat je voortdurend in beweging bent zoek je daarvoor ook equivalenten in de culturele hoek.’⁸⁷ Pop-ups maken het mogelijk om je kortstondig en los van verplichtingen te mengen in een andere omgeving en er ook weer letterlijk uit te stappen (Richards, 2010: 22). Dit komt erop neer, dat

⁸⁷ Nan van Houte – persoonlijk interview: 04|06|2012

waar je ook gaat, je voortdurend kunt ‘zappen’ tussen verschillende omgevingen en settings en dat pop-up activiteiten die dynamiek en vluchtigheid perfect symboliseren.⁸⁸

Deze ‘zapcultuur’ en de digitale media die mensen veel meer ‘ongebonden’ maken van een specifieke omgeving, hebben ook invloed op ‘individualisering’ waarbij individuen steeds meer keuzevrijheden hebben (Thakara, 2005: 192). Mensen kiezen steeds vaker zelfstandig met welke groepen en netwerken zij relaties aangaan. En wanneer zij zich ergens bij aansluiten dan moet er een niet te groot beslag op hen gelegd worden omdat ze zich ook weer verder moeten kunnen bewegen (Johansson, 2011: 398). Mensen bewegen zich dus niet alleen meer ongedwongen en belangeloos tussen zowel virtuele als ook analoge omgevingen, maar zij gaan ook minder permanente relaties aan. ‘Mensen zijn veel minder aan specifieke groepen verbonden en ‘shoppen’ dus wat rond en eigenlijk.’⁸⁹

‘Dit betekent niet dat mensen vereenzamen. De universele menselijke behoefte om zich aan te sluiten bij bepaalde groepen blijft bestaan, maar op een veel dynamischere manier.’⁹⁰ Juist deze individualisering brengt her-collectivering met zich mee en dit uitgangspunt is van belang in het licht van het pop-up fenomeen. Door de komst alle technologieën die uitwisselingen maximaliseren, worden individuen onderdeel van een netwerk.⁹¹ Dit laat zich het beste uitleggen door jezelf als centrum te beschouwen binnen een netwerk waarbij andere knooppunten in het netwerk ook weer het centrum vormen van andere netwerken. Sociale media stimuleren een dergelijke netwerk-structuur, waarin ‘via via’ allerlei subculturen met elkaar in contact worden gebracht.⁹² Dit laatste aspect is van groot belang bij pop-up activiteiten want de structuur van deze netwerken maakt het mogelijk om de activiteiten onder de aandacht te brengen en om mensen gezamenlijk te mobiliseren. Daarbij zit de meerwaarde vaak in de uitstraling van een netwerk : de waardering ‘dit is interessant’ als individuele blijk van goedkeuring moet voor het ‘rollende balletje’ gaan zorgen om zo aandacht te vestigen voor een activiteit⁹³. In de inleiding van deze scriptie wordt er van wel gestoken met beknopte schetsen van drie verschillende pop-up initiatieven. Bij elk initiatief is er vermeld hoeveel Facebook volgers zij op het moment van schrijven hadden. Het aantal volgers vormt hierbij een vorm van legitimatie die aantoont hoe groot de ‘aanhang’ is.

Terugkomend op de relatie tussen analoge en virtuele werelden, juist door het vervagen van grenzen tussen deze werelden ontstaat een nieuwe dynamiek die past bij het pop-up fenomeen. Door virtuele kanalen worden er signalen afgegeven die analoge ontmoetingen stimuleren. Dit kan er toe leiden dat specifieke netwerken met een gedeelde – culturele – interesse worden gemobiliseerd om op een culturele activiteit af te komen terwijl de directe

⁸⁸ Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

⁸⁹ An de Bisschop – persoonlijk interview: 24|04|2012

⁹⁰ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

⁹¹ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31|05|2012

⁹² Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

⁹³ Ibidem

omgeving hiervan geen weet heeft.⁹⁴ Deze ontwikkeling leidt tot de wens om elkaar tegen te komen, en juist niet om iets individueel te ervaren.⁹⁵ Nan van Houte herkent dit op basis van haar ervaringen als directeur van theater Frascati.

‘Ik heb altijd al gemerkt dat er behoefte onder publiek was om een voorstelling bij te wonen om een ervaring te kunnen delen. Dit verlangen is alleen maar toegenomen. De aanwezige virtuele omgeving vergroot de hang naar met vlees en bloed gedeelde ervaringen.’⁹⁶

3.2 Toenemende haast

Mensen, en daarmee ‘potentieel’ publiek, verhouden zich door technologische ontwikkelingen zowel anders tot hun omgeving als ook tot elkaar. De factor tijd speelt daarbij ook een grote rol. Technologieën, zoals mobiele telefoons en sociale netwerken, eisen steeds meer ‘stante pede’ reacties en leiden tot een versneld tempo van leven en tot een groeiende obsessie voor het verkrijgen van 'real time' informatie (Bishop, 2012: 68). Door de compressie van tijd en ruimte ontstaat er een toenemend gevoel van tijdsdruk en van dwang om dingen snel te doen (Richards, 2010: 23). Niet alleen deze stressfactor, maar ook politieke, economische en sociale ontwikkelingen die steeds meer geregeerd worden door de media, leiden er toe dat de aandachtspanne van mensen afneemt.⁹⁷ Dit verklaart mede de eerder genoemde zapcultuur. Men ‘shopt’ wat rond om zo efficiënt mogelijk uiteenlopende behoeftes te vervullen.⁹⁸ Vanuit dat perspectief kan het pop-up fenomeen eenvoudig in verband worden gebracht met de dagelijkse gang van zaken van mensen. Het fenomeen maakt het mogelijk veel vluchtiger relaties aangegaan.⁹⁹

‘Je ziet steeds meer dat mensen willen verwonderd worden op het moment zelf. Het gaat om het moment zelf. En daarom willen ze dat het hapklaar is zodat iets snel opgepikt kan worden, en goed te verteren is. Het moet een beetje fastfood zijn om zo efficiënt mogelijk iets toe te eigenen en dan weer door te gaan.’¹⁰⁰

Het gaat dan om het absorberen van toegankelijk doch ‘Lustrous’ plezier op het moment zelf (Skold, 2010: 363). Deze neiging om meer te leven 'op het moment' kan worden gekoppeld aan de theorie van Zygmunt Bauman over ‘vloeibare moderniteit’. Als gevolg van toenemende onzekerheden, worden survival tactieken als flexibiliteit, aanpassingsvermogen en opportunisme steeds relevanter. Gevolg hiervan is dat mensen steeds meer gefragmenteerd handelen en korte termijn projecten aangaan. De algemene uitkomst van dit alles is een toenemende behoefte om

⁹⁴ Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

⁹⁵ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 29|05|2012

⁹⁶ Nan van Houte – persoonlijk interview: 04|06|2012

⁹⁷ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

⁹⁸ An de Bischoop – persoonlijk interview: 24|04|2012

⁹⁹ Kristof Blom – persoonlijk interview: 03|05|2012

¹⁰⁰ An de Bischoop – persoonlijk interview: 24|04|2012

ook vluchtig te kunnen consumeren (Bishop, 2012: 68). Een van de gevolgen hiervan is dat de grenzen tussen verschillende behoeften vervagen. Traditionele distincties tussen werk, spelen, cultuur, eten en het onderhouden van sociale contacten zwakken af (Bishop, 2012: 69).

Dit verklaart waarom publiek juist de behoefte kan hebben aan de omgeving van een pop-up setting waar meerdere van deze elementen samenkomen. Zo kwamen er bij de pop-up *Hamlet bij de Hallen* zowel gastronomische, culturele, speelse en sociale dimensies bij elkaar. Pop-ups bieden door hun cross-overs bij uitstek gelegenheid voor mensen om veel meer momenten ‘uit te buiten’,¹⁰¹ Al met als is een creatief pop-up product doorgaans uiterst vluchtig zowel door wat het is als omwille van de voorkeuren van consumenten. (Debruyne, 2009: 102)

3.3 De belevingseconomie

De aantrekkingskracht van het bij elkaar laten en doen komen van allerlei elementen binnen een event als een pop-up, kan niet alleen worden uitgelegd als een ‘efficiëntere tijdsbesteding’ maar ook vanuit een hang naar een ‘belevenis’. Juist het gebrek aan tijd maakt dat mensen meer willen gaan voor gedenkwaardige ervaringen. Deze ontwikkeling kan gekoppeld worden aan het begrip ‘beleveniseconomie’ (Pine, 2000: 30), dat door de auteurs van het boek *De Beleveniseconomie* (Pine, 2000) wordt beschreven als een nieuw economisch tijdperk. Belevissen zijn er altijd geweest. In de amusementssector heeft het altijd al gedraaid om de belevenis. Maar door een explosieve toename van amusementsmogelijkheden zijn mensen steeds meer waarde gaan hechten aan deze ‘experience’. Ook buiten de amusementssector om willen mensen niet langer enkel een product kopen maar gaat het om de ‘mystiek’ die om het product heen hangt: de beleving van het product. Het gaat erom het product te verrijken van context. Daarbij komt het in de eerste plaats niet aan op amuseren, maar op aanspreken (Pine, 2000: 50) Voor een dergelijke totaalbeleving zijn mensen bereid om te betalen, er tijd voor vrij te maken en grotere afstanden te overbruggen (Pine, 2000: 30). De opmars van de zogenoemde beleveniseconomie eist ook van de cultuursector dat niet alleen de waarde van producten wordt gegarandeerd, maar dat culturele instellingen bezoekers een totaalbeleving bieden door evenveel oog te hebben voor zaken als horeca, gastheerschap, zitcomfort of ontmoetingsgelegenheid (Fache, 2012: 32). De optimale totaalbeleving wordt niet gecreëerd door de culturele activiteit alleen, maar strekt zich ook uit tot de fysieke en sociale context waarin deze activiteit plaats heeft. Deze context verruimt en verrijkt de beleving voor, tijdens of na een bezoek aan een tentoonstelling of vertoning (Fache, 2012: 33).

Het pop-up fenomeen vormt als concept een perfect podium voor het creëren van een dergelijke belevenis doordat er verscheidende belevenisaspecten in een format samengebracht kunnen worden. Hierbij kan gedacht worden aan aspecten als interactie tussen makers en publiek, horeca, feestelementen, elementen uit verschillende culturele disciplines en sociale dynamiek. De

¹⁰¹ Wouter Hillaert – persoonlijk interview: 12|04|2012

naadloze integratie van een aantal indrukken vergroot de beleveniswaarde en biedt tevens mogelijkheden tot differentiatie. Hierdoor wordt de kans vergroot dat iemand zich eerder tot de algehele activiteit voelt aangesproken. (Pine, 2000: 46). Daarbij zorgt het bewustzijn van de tijdelijkheid en de eenmaligheid van de ‘actie’, die beide inherent verbonden zijn aan de pop-up, ervoor dat de belevenis als gedenkwaardig wordt beschouwd.¹⁰²

Tijdens de gesprekken voor dit onderzoek kwamen er meerdere malen open vragen naar boven rondom de toekomst van de beleveniseconomie. Is deze ontwikkeling niet uitputtend? Raakt publiek niet verzadigd? Medewerkers van het Sociaal-Cultureel Planbureau (SCP) die onderzoek deden naar veranderende vrijetijdsbestedingen, verwachten dat de opgang van de belevingseconomie op enig moment op grenzen zal stuiten en door een andere ontwikkeling gevolgd zal worden. ‘De spiraal van opgeschroefde verwachtingen van publiek en opgevoerde pretenties zal tot een einde komen.’ (Haan, 2003: 49). Op de vraag of dit ook geldt voor het pop-up concept, kon niemand van de geïnterviewden een gefundeerd antwoord geven. Velen stellen echter wel dat, doordat het bij het pop-up concept vooral gaat om een vorm of omhulsel dat steeds weer aangepast kan en moet worden aan andere inhoud, het steeds weer de uitdaging is om passend te zijn bij die inhoud. Hierdoor zal het pop-up gegeven *an sich* niet aan kracht inboeten, al is het succes ervan zeer context gebonden.¹⁰³

Een andere twijfel die in verschillende gespreken doorklonk is dat het succes van een pop-up maar relatief is omdat het enkel succes op de korte termijn betreft. De verschillende pop-ups hebben geen intrinsieke lange termijn waarde. Ze kunnen niet verzameld worden. Ze kunnen enkel ervaren worden op het moment zelf (Bishop, 2012: 121). An de Bisschop, directeur van Demos, een Vereniging Zonder Winstoogmerk (VZW) in Vlaanderen voor participatie en democratie, benadrukt daarbij dat niet ‘al’ het publiek zit te wachten op ‘vluchtig spektakel’. Hoewel er groepen in de samenleving zijn die de voorkeur geven aan die ‘fastfood’ vorm, zet Demos zich juist in voor kansarmere groepen. Voor deze groepen is langdurig sociaal contact juist zeer belangrijk; zij hebben er geen baat bij dat alles alleen maar vluchtiger wordt.¹⁰⁴ Maar ook wanneer een pop-up zich richt op het publiek dat wel op dergelijke activiteiten zit te wachten, kan er een kanttekening geplaatst worden bij de korte termijnwaarde van het fenomeen. Pop-ups hebben als kracht rendement te halen binnen een zeer korte periode, na die periode resteert er voor het publiek alleen een gedenkwaardige happening. Waar er binnen het geïnstitutionaliseerde theatersysteem meer wordt gezorgd voor een langduriger nazorg en wordt gezocht naar een passend vervolg, daar sterft een pop-up een ‘stille dood’.¹⁰⁵ Daarbij doen pop-ups vooral herinneren aan een spectaculaire totaalervaring en niet aan de eventuele bijzondere rol die cultuur hierin had.¹⁰⁶ Hierdoor wordt het publiek niet gestimuleerd

¹⁰² Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

¹⁰³ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

¹⁰⁴ An de Bisschop – persoonlijk interview: 24|04|2012

¹⁰⁵ Wouter Hillaert – persoonlijk interview: 12|04|2012

¹⁰⁶ Kristof Blom – persoonlijk interview: 03|05|2012

om een langdurigere relatie op te bouwen met kunst en cultuur. ‘Men zal hooguit denken, de volgende keer moet ik er zeker weer bij zijn.’¹⁰⁷ Teruggrijpend naar de woorden van Johan Idema over afbrokkelend draagvlak voor kunst en cultuur, is het de vraag of het pop-up concept het in zich heeft om duurzame relaties met kunst en cultuur te stimuleren. Doordat het pop-up concept echter zoveel ruimte biedt om de ‘beleving’ centraal te stellen, is het hoe dan ook een fenomeen waaruit kunsteninstellingen lessen kunnen trekken.¹⁰⁸

3.4 Wie vormt het publiek?

De hierboven geschetste achtergrond maakt het mogelijk om het publiek dat zich aangetrokken voelt door het pop-up fenomeen in zekere mate te schetsen. Er is een zekere correlatie tussen toenemende individualisering en het toenemende welvaartspeil (Kloosterman, 2005: 60). Het zijn meer welgestelden die eerder toegang hebben tot digitale mogelijkheden, die er hun weg in weten te vinden, die er netwerken mee opbouwen en die dus ook nadrukkelijker leven in een wereld in het teken van de compressie van tijd en ruimte (Ibidem). Het betreft mensen die zich snel tussen die netwerken weten te bewegen en die daarbinnen nauwlettend in de gaten houden wat er ‘leeft’ (Bishop, 2012: 45). Vanuit dit perspectief zijn concepten als lifestyle en identiteit ook van belang. Het werken aan een eigen identiteit heeft voor dit ‘type’ publiek steeds meer prioriteit gekregen en kunst en cultuur kunnen daarbij behulpzaam zijn (Ruyters, 2005: 87).

Vanuit die optiek kan het woord ‘publiek’ vervangen worden door de term ‘consument’. Wat er geconsumeerd wordt, definieert steeds meer wie iemand is. ‘Levensstijl wordt gekocht’ (Kloosterman, 2005: 60). Pop-up activiteiten lenen zich daarbij ervoor om iemands levensstijl verder uit te rollen, doordat mensen elkaar kunnen demonsteren er te ‘zijn’. De ‘Ik was erbij’ factor helpt iemands identiteit te construeren omdat diegene daarmee bijvoorbeeld aantoont bijvoorbeeld cultureel onderlegd te zijn of goed geïnformeerd te zijn waar de speciale happenings plaatsvinden.¹⁰⁹ Dit uitgangspunt past bij de manier waarop post-moderne samenlevingen functioneren. Het draait niet alleen om de ervaring op zich maar het kan ook een individuele of collectieve identiteit creëren en ondersteunen (Richards, 2010: 22).

Niet alleen de meest duidelijke kenmerken van het pop-up format(kortstondig, op een bepaalde locatie) maar ook de inhoud kunnen een bijdrage leveren aan de constructie van een identiteit. Het pop-up concept leent zich door zijn vluchtige karakter juist ervoor om een eigenzinnige, identiteit ondersteunende wending te geven aan zeer ‘basale’ gewoontes en daarvan iets ‘hips’ en verantwoord te maken. ‘Mensen zijn heel erg bezig met sporten, met gezondheid, met groen, met koken, denken aan al die chefkoks, en dat is allemaal een beetje uit het

¹⁰⁷ An de Bishop – persoonlijk interview: 24|04|2012

¹⁰⁸ Kristof Blom – persoonlijk interview: 03|05|2012

¹⁰⁹ Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

geitenwollen sokken hoekje gehaald.¹¹⁰ Op het moment van spreken is het pop-up concept nog een dermate ‘hip’ concept waardoor vrijwel alles ‘hip’ gebracht kan worden.¹¹¹

3.5 Het vieren van tijd en ruimte

Het is belangrijk om zich te realiseren dat het publiek niet enkel doelbewust op pop-up activiteiten afkomt omdat dit goed is voor hun imago.¹¹² Er is ook nog sprake van een ander bewustzijn: het bewustzijn dat leven, en daarmee het moment, ook genoten moet kunnen worden. Er is niet echt sprake van een nieuwe politieke ideologie, maar betekenis geven aan je leven gaat niet zonder interesse in de wereld om je heen (Franke, 2005: 15). Joop de Boer duidt de interesse voor pop-up als een revival van het eerder geschetste situationisme waarbij het ‘vieren van het moment’ centraal stond. Ook bij het pop-up fenomeen draait het om het beleven van een moment en dit wordt alleen maar belangrijker voor veel mensen. ‘En als je dat doortrekt naar de cultuursector, dan denk ik dat het publiek misschien wel meer drijvende is dan de makers’.¹¹³ De steeds kortere tijdspanne en de groeiende behoefte aan real-time producten en ervaringen moeten gelden als instant bevrediging (Bishop, 2012: 68). Dit uitgangspunt kan gerelateerd worden aan de opkomst van de belevingseconomie sinds de jaren negentig. Sindsdien is er een toenemend en breder publiek geïnteresseerd in het opdoen van ‘plezierige ervaringen’ (Richards, 2010: 26). Dit brengt met zich dat er meer en meer geprobeerd wordt om vrijwel alles te transformeren tot een spectaculaire ervaring (Skold, 2010: 363). Het zijn echter events en happenings die zich hiervoor extra goed lenen doordat een specifieke locatie op een specifiek moment een unieke bijdrage kan leveren aan die gewenste spectaculaire atmosfeer (Richards, 2010: 19).

Des te meer een setting het publiek verrast, des te groter wordt de kans dat een pop-up als een inspirerende uitdagende omgeving wordt ervaren.¹¹⁴ Jezelf kunnen onderdompelen in een setting die gelinkt kan worden aan de dimensie ‘underground’ levert daarbij extra cachet. Een anarchistische twist onderstreept de ervaring om ergens bij aanwezig te zijn waar het ‘broeit’ en waar ‘het gebeurt’.¹¹⁵ Daarbij brengt de factor ‘gelimiteerde tijd’ de allure van exclusiviteit met zich (Bishop, 2012: 70). Je woonde een eenmalige kans bij. (Valck, 2010 :59).

Deze elementen stimuleren mensen om dit soort happenings mee te maken.

‘Je dompelt je onder in een wereld, die ontdaan is van de bekende standaarden en waar allerlei facetten samenkomen, je mag socializen terwijl je gezamenlijk kijkt naar projecties en er een biertje bij drinkt: hierdoor sta je open om de volledige ervaring te ondergaan.’¹¹⁶

¹¹⁰ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31|05|2012

¹¹¹ Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

¹¹² Persoonlijke interviews met: Fredo Desmet – 09|04|2012, Eva Peeters – 04|04|2012

¹¹³ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

¹¹⁴ Kristof Blom – persoonlijk interview: 23|05|2012

¹¹⁵ Lara Simons – persoonlijk interview: 27|03|2012

¹¹⁶ Ibidem

Pop-ups bieden zo de setting om je open te stellen een culturele ervaring te ondergaan die duidelijk gekaderd is. Dit sluit aan bij het publiek dat leeft in een gehaast tijdperk waar het zich vluchtig beweegt tussen allerlei activiteiten.¹¹⁷

3.6 Betrokkenheid

Tot slot is ‘betrokkenheid’ een laatste element dat tijdens de gesprekken geduid werd als een reden waarom het publiek zich aangetrokken voelt tot pop-up activiteiten. Veel van deze activiteiten zijn niet helemaal ‘af’.¹¹⁸ De aanwezigheid van publiek is essentieel voor het succes van een pop-up. De onderlinge uitwisseling zorgt voor een dynamiek die het mogelijk maakt om samen een ervaring te ondergaan. Zo schets Nina Deuss een voorbeeld aan de hand van *Hamlet bij de Hallen*.

‘Dit begint al op een zeer praktisch niveau. Normaal zijn evenementen vrijwel overgereguleerd en is het bijvoorbeeld verboden om een paraplu mee te nemen. Bij ons is dat niet, we laten dat open. Dat is aan het publiek, zij bepalen dus de regels mee.’

Juist het feit dat nog niet alles ‘rond is, vormt volgens de initiatiefnemers van BarBuro de basis om een succesvolle pop-up op te zetten. ‘Zo stimuleer je dat mensen met je mee gaan denken hoe een belevenis completer gemaakt of verrijkt kan worden.’¹¹⁹ Dit geeft het publiek het gevoel dat het betrokken wordt bij de activiteit. ‘We bieden hen de mogelijkheid hun ei kwijt te kunnen. Zij voelen zich daar goed bij en BarBuro vaart daar wel bij.’¹²⁰ Elisabeth Krauss van de pop-up galerie Amsterdam denkt zelfs te herkennen dat mensen graag hun steentje willen bijdragen met de inbreng van eigen input omdat ze op die manier het gevoel hebben dat zij ook het lef hebben om hun handen uit de mouwen te steken zoals zijzelf dat deden en de galerie initieerden. Deze reactie kan worden uitgelegd omdat het publiek in de huidige tijdsgeest het ‘zelf creëren en ontwikkelen’ hoog in het vaandel heeft staan.

Tot slot valt de gewenste maar tevens ook aangeboden betrokkenheid van publiek te verklaren omdat mensen niet langer een ‘kant en klaar product’ aangeleverd willen krijgen. ‘Mensen vinden het steeds leuker en belangrijker om zelf mee invulling te geven aan hoe zij iets ervaren.’¹²¹ Zij willen niet langer passief consumeren maar actief deelnemen wat weer beschouwd kan worden als onderdeel van de opkomst van de beleviseconomie. ‘Ervaren doe je actief, niet passief.’ (Thakara, 2005: 191).

¹¹⁷ Martijn de Waal – persoonlijk interview: 31|05|2012

¹¹⁸ Lara Simons – persoonlijk interview: |05|2012

¹¹⁹ Fredo Desmet – persoonlijk interview: 09|04|2012

¹²⁰ Ibidem.

¹²¹ Bart Heerdink – persoonlijk interview: 31|05|2012

3.7 Conclusie: een vluchtige totaalervaring gewenst

Hoewel gedegen kwalitatief publieksonderzoek ontbreekt bieden de gesprekken met kenners uit het veld wel zicht op de behoeften van potentieel publiek en de patronen die daarin te herkennen zijn. Dit potentiële publiek verkiest, onder invloed van toenemende welvaart en technologische ontwikkelen zoals sociale media, meer en meer voor de vrijheid om zich vluchtig en ongebonden in een belevenis te mengen en zich vervolgens weer eraan te onttrekken. Pop-ups bieden daarvoor in de eerste plaats het perfecte podium omdat, door diens ‘overkoepelende’ karakter, er een gedifferentieerd aanbod geboden kan worden wat de kans vergroot om publiek een totaalervaring te bieden.

4. Stedelijke belangen bij pop-ups

Om het fenomeen pop-up te duiden moet er niet alleen gekeken worden naar de drijfveren van de makers ervan en naar het publiek dat zich met dergelijke activiteiten wil afficheren, maar ook naar de setting waarin zowel makers als publiek zich verenigen: de stedelijke omgeving. Dit leidt tot de vraag hoe stedelijk beleid zich verhoudt tot het pop-up fenomeen.

4.1 De tijdelijke stad

In deze scriptie staat het thema ‘tijdelijkheid’ vrij centraal omdat dit impact heeft op het ontstaan van het fenomeen pop-up en omdat een stedelijke omgeving hiervoor de passende setting vormt. De opkomst van globalisering heeft met zich gebracht dat de stad voor nieuwe uitdagingen komt te staan doordat de omgeving steeds meer als vluchtig wordt ervaren en ook zo functioneert (Bishop, 2012: 57). De huidige tijdsgeest brengt met zich dat een stad niet langer benaderd moet worden als een permanente omgeving.¹²² Deze gedachte laat zich goed illustreren door de ontwikkeling van de Amsterdamse Zuidas. Het ontwikkelingsproject van dit gebied had de intentie binnen vijftig jaar uitgewerkt te worden. Door de economische crisis en de buitenlandse overname van een van de belangrijke partners in dit project (de ABN AMRO Bank), is echter het hele project op losse schroeven komen te staan. ‘Een omgeving voor 50 jaar plannen is niet langer reëel terwijl de rest van de wereld zo snel verandert. Dus je moet zorgen dat je sneller bent.’¹²³ Er zijn allerlei economische, technologische en sociale factoren die invloed uitoefenen op de notie van de steeds dynamischer stad en die impact hebben op de rol die cultuur heeft in die stad. Daarom moeten zowel de stad maar ook de rol van cultuur als worden als niet permanent maar juist dynamisch beschouwd en benaderd worden. Jurgen Hoogendoorn formuleert dit perspectief als volgt:

‘Tijdelijkheid is het nieuwe permanent en experiment is de structurele vorm. Niets kan meer met standaardoplossingen worden opgelost. Het draait voortdurend om aan tijd gebonden improvisatie.’¹²⁴

Dit perspectief valt goed te plaatsen binnen het concept *Vloeibare Moderniteit* dat Zygmunt Bauman ontwikkelde. Wanneer er vanuit wordt gegaan dat alles voortdurend verandert, dan worden er ook minder langdurige verplichtingen aangegaan (Martin, 2010: 98). Dat een stedelijke samenleving zich meer op die manier gaat gedragen is onvermijdelijk. Het is echter daarbij

¹²² Jeroen Beekman – persoonlijk interview: 23 | 05 | 2012

¹²³ Ibidem

¹²⁴ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14 | 05 | 2012

belangrijk dat ook stedelijk beleid op die manier gaat denken. Het is een veel duurzamere gedachte om op die manier een stad te benaderen.¹²⁵

Een ‘tijdelijke benadering’ heeft haar eigen kwaliteiten. Tijdelijke (culturele) invulling kan deel uitmaken van een oplossing voor de uitdagingen waarmee steden worden geconfronteerd in hun strijd om zich aan te passen aan de voorwaarden van de eenentwintigste eeuw. Dit kan een permanent kenmerk van professioneel denken worden (Bishop, 2012: 4). Vervolgens zijn de karakteriseren van het pop-up fenomeen eenvoudig in te passen binnen deze manier van denken over de stad.

4.2 Cultuur en de stad

De aandacht voor creativiteit en cultuur in relatie tot stedelijke ontwikkeling heeft de afgelopen jaren een enorme vlucht genomen. Begrippen als creatieve klasse, creatieve industrie en creatieve stad zijn te vinden in recente stedelijke ontwikkelingsplannen. Er is een nieuw vertoog ontstaan waarin beleidsontwikkelaars, adviseurs en onderzoekers elkaar vinden. ‘Sommigen spreken over een ‘hype’ zonder zich daarmee nadrukkelijk van de trend af te wenden. De sfeer van vernieuwing en trendgevoeligheid biedt de mogelijkheid er politiek munt uit te slaan’ (Rutten, 2005: 67). In dit licht kan ook de opmars van events worden gezien omdat deze zorgt voor een nieuw ritme in de stad: het ritme het onverwachte en het spontane. Events op specifieke momenten, gebonden aan een specifieke locatie, markeren die transitie (Richards, 2010: 24).

In de afgelopen jaren heeft cultuur hierdoor een meer instrumentele betekenis gekregen binnen het stedelijk denken en ook culturele activiteiten worden meer en meer als een ‘instrument’ beschouwd (Richards, 2010: 1). Het boek *Eventfull Cities bevat* een heldere opsomming van het profijt dat een stad kan hebben van tijdelijke culturele evenementen. Hierbij kan gedacht worden aan verbetering van de kwaliteit van leven, het creëren van activiteit, het bieden van recreatieve en educatieve mogelijkheden, het behalen van economische en sociale voordelen en het versterken van het profiel van de stad (Richards, 2010: 19). Deze componenten worden door de geïnterviewde beleidsontwikkelaars en adviseurs erkend. Het is dus vanuit meerder opzichten belangrijk dat een stad tijdelijke initiatieven stimuleert en de creativiteit om een happening te initiëren, activeert. Pop-up activiteiten kunnen door het stedelijk beleid vanuit dit perspectief benaderd worden. ‘Het zijn ‘costume made tijdelijke oplossingen voor iets’.¹²⁶

4.3 Cultuur en het imago van een stad

Inherent aan de postmoderne stad is de aandacht voor stedelijke identiteit en haar imago dat onder druk staat. Globalisering, homogenisering, het vervagen van grenzen, eenvoudiger communicatiestromen en toenemende mobiliteit hebben tot gevolg dat er op globale schaal onderlinge competitie(drift) tussen steden is ontstaan. De identiteit van een stedelijke omgeving

¹²⁵ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

¹²⁶ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

is fragiel geworden en er is steeds meer overeenstemming tussen de perceptie van de eigen identiteit en die van andere steden (Robins 1994: p. 306). Dit heeft tot gevolg dat er onderlinge concurrentiestrijd tussen steden kan ontstaan waarbij het draait om imago's (Richards, 2010: 14). Wanneer een stad immers bekend staat om haar bruisende culturele klimaat dan kan dit haar aantrekkelijkheid (of die van de regio) vergroten (Hofstede, 2006: 9). Dit maakt dat het voor steden belangrijker is geworden om zichzelf te definiëren en zich daarmee te voorzien van een duidelijke identiteit. Culturele happenings kunnen in dit verband een belangrijke invloed uitoefenen op de beeldvorming (Richards, 2010: 31). Zo kan cultuur beschouwd worden als een marketingtool die onder andere wordt ingezet bij *citymarketing*. Steden kunnen hiermee hun stad cultureel op de kaart zetten (Jongenelen, 2010: 11). Deze zienswijze kan het fundament vormen voor stedelijk beleid dat de opmars van pop-ups toejuicht en omarmt.¹²⁷

Deze 'omarming' kan echter ook te ver doorgevoerd worden en tot wildgroei leiden. Steden met een dergelijk beleid vormen aan de lopende band het podium voor een stroom aan gebeurtenissen die het leven van alledag verhinderen¹²⁸. Hiervoor wordt ook wel de term MCfestivalisatie gehanteerd en dit kan ten koste gaan van de leefbaarheid (Richards, 2010: 27). In Gent stad is uit onderzoek gebleken dat het aantal evenementen en happenings die in de stad plaatsvinden drastisch is toegenomen. Bart Doucet, coördinator Cultuurbeleid van de stad Gent stelt dat uit dit onderzoek opgemaakt kan worden dat dit een negatief impact heeft op de bewoners.

'Vooral het centrum van de stad wordt steeds meer beleefd als een constant evenementen plein. En die oefent druk uit op de bewoning van de stad, er moet nagedacht worden over hoe de stad leefbaar blijft voor de bewoners'¹²⁹

Hieruit kan worden opgemaakt dat het stedelijk beleid met betrekking tot culturele events, niet alleen consequenties heeft voor het imago van een stad, maar ook voor de leefbaarheid. Dit maakt dat er voortdurend weer afwegingen gemaakt moeten worden in verband met de vraag hoe evenementen en daarmee ook pop-ups benaderd worden door de stad.¹³⁰

4.4 Cultuur en de leefbare stad

Cultuur kan niet alleen beschouwd worden als instrument om het imago 'naar buiten toe' te versterken, maar kan evenzeer als een tool beschouwd worden om de stad voor haar bewoners aantrekkelijker te maken. Zo stelt Jurgen Hoogendoorn, adviseur van de gemeente Amsterdam:

¹²⁷ Ibidem

¹²⁸ Katrien Laenen – persoonlijk interview: 24|04|2012

¹²⁹ Bart Doucet – persoonlijk interview: 11|06|2012

¹³⁰ Ibidem

‘De mensen die in de stad wonen zijn het belangrijkste kapitaal van een stad. Daarmee moeten we het de aankomende jaren doen. De stad moet het dus in de eerste plaats hebben van die bewoners en niet van tijdelijke bezoekers van buitenaf.’¹³¹

Hoewel hierboven een kritische noot is geplaatst bij een mogelijke wildgroei van evenementen, onderschrijven veel geïnterviewden dat pop-ups ook de aantrekkelijkheid van de stad kunnen vergroten. ‘Het is gewoon een enorm goed middel voor plezierige reuring en daarnaast helpen ze bewoners zich te comfortabel voelen in die dynamische onpersoonlijke omgeving.’¹³² Steden kunnen zo gebruik maken van culturele bronnen om acclimatisering en aanvaarding van nieuwe omstandigheden te stimuleren. Door hun mobiliteit en actualiteit hebben culturele kortstondige evenementen daarbij het potentieel om te dienen als mediators van processen van culturele globalisering en lokalisering (Richards, 2010: 17).

De vitaliteit van een stad hangt af van de manier waarop nieuwe ideeën, trends en sociaal gedrag zich door bevolkingsgroepen verspreiden (Thakara, 2005: 192). Evenementen worden daarbij door politiek en het beleid beschouwd als een van de belangrijkste middelen voor stadsherwaardering en als stimulans voor een goed leefklimaat. Pop-ups lenen zich daarbij bij uitstek voor een goed spreidingsbeleid. ‘Een event hoeft niet automatisch verbonden te zijn met een historisch centrum. Je hebt elders even goede locaties en het is goed voor de spreiding van cultuur.’¹³³ Pop-ups worden vanuit dit perspectief dus benaderd als een manier om cultuur zeer lokaal onder de aandacht te brengen. Daarbij heerst de gedachte: ‘Volle straten zijn goede straten’.

‘De cultuurpolitiek is er meer en meer op gericht om de stad en de straat ‘leven’ in te blazen. Cultuurproducenten en kunstenaars krijgen vandaag vooral middelen ter beschikking in de mate dat ze hieraan participeren of hun middelen daarvoor inzetten: muziek op straat, theater in het park. Culturele evenementen zijn hiermee het vlaggenschip geworden van het stedelijk beleid (Verschaffel, 2004: 8).

Hoewel het stimuleren van culturele happenings dus ook als een effectief middel wordt beschouwd om een aantrekkelijke leefomgeving te creëren, kan beleid zich hier ook te ver op toespitsen. An van Bisschop stelt dat pop-ups enerzijds een geslaagd middel zijn om reuring te creëren maar dat anderzijds deze culturele uitingen hierdoor ook gebruikt worden:

‘In feite worden kunst en cultuur dan gebruikt, misschien zelfs misbruikt om een stad in een goed daglicht te zetten, zonder dat de cultuursector daar zelf beter van wordt. Makers

¹³¹ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14 | 05 | 2012

¹³² An de Bisschop – persoonlijk interview: 24 | 04 | 2012

¹³³ Bart Doucet – persoonlijk interview: 11 | 06 | 2012

redeneren immers niet zo. Die gebruiken de stad niet op die manier. Die hebben niet die belangen. Vaak ook niet de belangen om meer draagvlak te creëren.¹³⁴

Ook Nan van Houte waarschuwt voor deze vorm van ‘uitbuiten’, vooral wanneer de gemeente via het subsidiebeleid een mening formuleert. Daarbij haalt ze het voorbeeld van Engeland aan waarbij je vrijwel alleen subsidie krijgt als je met een minderheidsgroep werkt. Kunstenaars moeten dan een heel sociaal programma hebben en dat kan beperken in ontwikkelingsmogelijkheden. Gemeentes worden er dus voor gewaarschuwd om kortstondige happenings niet enkel als middel in te zetten om zoveel mogelijk inwoners te betrekken bij kunst en cultuur. Als ze dit op een dwangmatige manier stimuleren kan dat ten koste gaan van de culturele inhoud.

Vanuit het perspectief van gemeentelijk beleid kunnen culturele interventies ook nog op een andere manier bijdragen aan de leefbaarheid van de stad. Door de huidige economische crisis zijn er allerlei projecten stil komen te liggen en kampen gemeentes met leegstand en braakliggende terreinen. Dergelijke omgevingen stimuleren de aantrekkelijkheid van een gebied niet (Bishop, 2012: 17). Vanuit dat perspectief zoeken steden naar goedkope tijdelijke oplossingen en invullingen. Zo heeft de gemeente Amsterdam bijvoorbeeld eerst heel Zeeburger eiland leeggeveegd: ‘Alles moest weg want daar gingen ze bouwen’. Op dit moment ontbreekt er echter het geld om daadwerkelijk te gaan bouwen. ‘De oplossing is nu dat er iets “pop-upperigs” moet gebeuren. [...] Er is een pitch uitgeschreven door de gemeente om iemand voor een symbolische euro het gebied van een tijdelijke invulling te voorzien’.¹³⁵

Juist marginale gebieden hebben de potentie om door de komst van culturele activiteiten in hernieuwd positief daglicht te komen (Leverink, 2012: 40). *The Amsterdam Pop-Up Gallery* is tweemaal neergestreken in een pand dat al voor lange tijd leegstond. In beide gevallen duurde het niet lang nadat de galerie er haar intrek had genomen, dat er potentiële huurders kwamen kijken.¹³⁶ Ook bij het project *Hamlet bij de Hallen* was de gemeente er direct voor te vinden om ruim baan te maken voor het initiatief. ‘Het gebied was door mislukt project in slecht daglicht komen te staan en onze komst zorgde voor positieve energie’. Op die manier wordt er ondanks het feit dat het een braakliggend terrein of leegstand betreft, toch een meerwaarde gecreëerd die niet alleen economische kansen biedt, maar die ook de omgeving aantrekkelijker maakt.¹³⁷ Juist de minder kansrijke gebieden worden door pop-ups dus nieuw leven ingeblazen.

4.5 Beleid met een open karakter

In de voorafgaande paragrafen is inzicht geboden in hoe een stad cultuur kan benutten om zowel het interne als externe imago te verbeteren. Daarbij zijn ook enkele kanttekeningen geplaatst

¹³⁴ An de Bisschop – persoonlijk interview: 24|04|2012

¹³⁵ Joop de Boer – persoonlijk interview: 23|05|2012

¹³⁶ Elisabeth Krauss – persoonlijk interview: 30|05|2012

¹³⁷ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

waarin er bezwaar wordt gemaakt tegen het te ver doorvoeren van de ambitie om cultuur als instrument te beschouwen. Een stad kan immers wel culturele happenings ‘wensen’, maar moet er ook de condities voor bieden om de opmars van dergelijke activiteiten te stimuleren. Het is voor steden de uitdaging om een open omgeving te creëren waar mensen hun ambities kunnen waarmaken. In hoofdstuk 2 is in kaart gebracht vanuit welke intenties makers pop-up activiteiten ontwikkelen en daaruit bleek dat hoofdzakelijk vrijheid een belangrijke drijfveer vormt. Een stad en haar beleid moeten dus een context bieden waarin nieuwe dingen ontdekt kunnen worden, waar ontmoetingen gestimuleerd kunnen worden en waar je jezelf kunt ontwikkelen: een broedplaats van en voor vernieuwing (Steenhoven, 2005: 91).

Zoals eerder al werd opgetekend, betekent dit voor de ontwikkeling van nieuwe pop-ups dat juist kruispunten tussen verschillende domeinen, organisaties en mensen in de stad en daarbuiten kansen moeten krijgen. Het pop-up concept biedt ruimte voor experiment en vernieuwing, en vernieuwing vindt steeds vaker plaats op deze kruispunten tussen verschillende domeinen of organisaties (Steenhoven, 2005: 95). Daarom is het belangrijk dat de gemeente voor dergelijke experimenten ruimte biedt. Gemeentelijk beleid kan hier in de eerste plaats een rol in spelen door ook projecten die buiten de bekende paden vallen, subsidiabel te maken. Maar ook zonder financiële ondersteuning kan een stad zich open en meewerkend opstellen. Zo kan de gemeente helpen bij huurcontracten voor gebouwen, het verstrekken van databases van leegstand, het stimuleren van de oprichting van intermediaire organisaties en de ondersteuning van netwerken, marketing en promotie (Bishop, 2012: 174). Daarbij moet een gemeente er vooral voor waken dat de regelgeving niet te beperkend is. Zolang ambtenaren zich krampachtig vasthouden aan of zich verschuilen achter de letter van de wet, is er weinig ruimte voor nieuw beleid en voor nieuwe oplossingen voor problemen (Overmaat, 2005: 217). Het is opvallend dat juist de gesproken beleidsmakers en adviseurs ervoor waarschuwen niet te bang te zijn om te falen. ‘Beleidsmakers houden zich vaak liever aan de regels dan dat ze risico’s durven nemen, die soms juist nodig zijn bij dergelijke tijdelijke culturele initiatieven.’¹³⁸ Bart Doucet van de gemeente Gent erkent dit: ‘We moeten juist openheid stimuleren en dat is dus de constante aandacht voor nieuwe actoren, nieuwe inhouden en nieuwe horizonten.’¹³⁹ Het is dus belangrijk dat een gemeente een open houding aanneemt.

De makers die voor dit onderzoek gesproken zijn, erkennen vrijwel allen dat de gemeentes hun plannen niet in de weg staan en hen hun stad als ‘werkplek’ aanbieden. Daarbij kan regelgeving echter wel een belemmerend effect hebben door de bureaucratische rompslomp die hiermee gepaard gaat (Overmaat, 2005: 217). Juist omdat pop-ups kortstondige initiatieven zijn kan dit averechts werken.¹⁴⁰

¹³⁸ Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

¹³⁹ Bart Doucet – persoonlijk interview: 11|06|2012

¹⁴⁰ Heidi Ballet – persoonlijk interview: 23|04|2012

Opvallend is dat tijdens veel gesprekken de relatie tussen enerzijds regelgeving door de context van de stad en anderzijds het vrijelijk experiment waar pop-up de ruimte voor zoekt, beschouwd wordt als een potentieel spanningsveld. Juist doordat deze activiteiten ontstaan buiten gevestigde instanties, moet er gezocht worden naar nieuwe conventies, de conventies die horen bij een culturele happening in een stedelijke omgeving. Maar omdat dit terrein nog ontgonnen is, biedt dit veel kansen.¹⁴¹ Hier ligt een kracht van het pop-up concept en hier liggen er de kansen voor de stad, juist in de huidige tijdsgeest.

‘Geld was ook een hele grote comfortzone waardoor je een heleboel dingen ook gewoon kon inkopen. Maar dat is voorbij en ik denk dat we nu weer een tijd tegemoet gaan waarin we weer een hoop meer rommelen en er daarom ook nog vele pop-ups zullen volgen omdat die juist wel varen bij dat rommelen’¹⁴²

Omdat pop-ups vragen om een setting die tijdelijkheid garandeert, kan worden verwacht dat zij niet alsnog meer geïnstitutionaliseerd worden, of, met andere woorden, zullen moeten opereren in een gereguleerde context. Daardoor kan de vrijheid die pop-ups nodig hebben, gegarandeerd worden (Hofstede, 2006: 9).

Conclusie: Pop-up als stedelijk instrument

Voortschrijdende stedelijke ontwikkelingen wijzen erop dat een stad er belang bij heeft de opmars van pop-ups aan te moedigen. Nu het bewustzijn is doorgedrongen dat er meer en meer moet worden gezocht naar tijdelijke oplossingen voor stedelijke problemen, worden daarbij cultuuruitingen zoals pop-ups als instrument beschouwd. Pop-ups kunnen een positieve bijdrage leveren aan zowel de profilering naar buiten toe, als ook voor de leefbaarheid in de eigen stad. Pop-ups worden dus niet alleen aangemoedigd maar dienen op effectieve wijze concrete doelen binnen stedelijk beleid.

¹⁴¹ Wouter Hillaert – persoonlijk interview: 12|04|2012

¹⁴² Jurgen Hoogendoorn – persoonlijk interview: 14|05|2012

Conclusie: een grijs gebied ingekleurd.

De behoeften van makers, publiek en stedelijke belangen.

In deze scriptie is geprobeerd om het recente fenomeen pop-up te duiden en te plaatsen in een relevante context. Duidelijk werd dat het een grijs gebied betreft zonder eenduidige definitie en met een grote verscheidenheid aan uitwerkingen en nadere invullingen. Er is geprobeerd om de veelzijdigheid ervan uiteen te rafelen en in te kleuren door het inzicht dat is te verkrijgen in de behoeften van makers, publiek en de stad, op basis van input van zowel eenentwintig kenners uit het veld als relevante literatuur. Dat inzicht en die nadere duiding maakten helder dat een poging om canonieke wetten te formuleren zinloos is. Zoals deze scriptie een pleidooi bevat om alles vanuit een ‘tijdelijk’ perspectief te benaderen, zo biedt ook de verkenning in deze scriptie alleen een voorlopige, vloeibare ordening in verband met een nieuw fenomeen.

Onder het pop-up concept komen op verfrissende wijze verschillende uitingen van cultuur samen. Zowel makers, de stad als het publiek beschouwen dit als zeer aantrekkelijk. De eigenlijke ‘lege huls’ van het format pop-up maakt het mogelijk om gedifferentieerde culturele uitingen op een nieuwe, vaak verrassende manier onder de aandacht te brengen. Bovendien lijken bij pop-up de verschillende behoeften en motieven van makers, publiek en de stad op elkaar aan te sluiten.

Voor makers draait het vooral om het verwerven en behouden van vrijheid. Het gaat hierbij om zowel artistieke vrijheid, handelingsbekwaamheid, meer financiële vrijheid, als de vrijheid om via sociale media zelf publiek aan te spreken en tot slot de “samenvattende vrijheid: de mogelijkheid om alles zoveel mogelijk zelf te kunnen. Makers van pop-ups behoren veelal tot selecte groepjes van ‘alleskunnners’ die graag hun veelzijdigheid optimaal inzetten en daarbij een grote verantwoordelijkheid willen nemen. Het pop-up concept biedt hen deze ruimte.

Vervolgens is gebleken dat de mensen die zich tot pop-up achtige activiteiten aangetrokken voelen, hun leven onder invloed van toenemende welvaart en technologische ontwikkelingen steeds ‘ongebondener’ en vluchtiger (willen) inrichten. Door een toenemend gebrek aan vrije tijd groeit ook de wens om tijd zo efficiënt en intens mogelijk te benutten en ook kunst en cultuur op die manier vluchtig te ‘consumeren’. Het gaat niet alleen om cultuur absorberen, maar het draait meer en meer om de dynamiek tussen de pop-up, diens deelnemers, de interactie en de onderlinge input die zorgen voor een dynamische kortstondige happening. Zo bieden pop-ups, als overkoepelende platforms voor creativiteit, de perfecte setting voor zeer korte duur voor een totaalervaring. Hoe gedifferentieerder de invulling, hoe aannemelijker het is dat publiek zich tot de algehele activiteit voelt aangesproken en het beleeft als een memorabele gebeurtenis. Net zoals makers verkiest het publiek dus ook een bepaalde vrijheid om zich vluchtig en ongebonden in een belevenis te mengen en zich vervolgens weer eraan te onttrekken en door te gaan met andere levenszaken. Pop-ups bieden daarvoor in de eerste plaats het perfecte

podium al biedt het format ‘lege huls’ niet per definitie gegarandeerd succes. De specifieke invulling van de pop-up, de aansluiting ervan bij de context en de wijze van betrokkenheid van het publiek in de belevenis zijn bepalend voor het succes.

Tot slot is er de stad en haar beleid waarvan is gebleken dat zij pop-ups in feite met open armen welkom heten. Uit de gespreken met beleidsmakers en stedelijk adviseurs werd duidelijk dat in het stedelijke beleid steeds meer het bewustzijn doordringt dat een stedelijke omgeving als ‘tijdelijk’ benaderd moet worden en dat er dus veel meer gezocht moet worden naar tijdelijke invullingen van bijvoorbeeld culturele activiteiten. Steden kunnen verschillende belangen hebben bij het aantrekken of bevorderen van pop-ups. Allereerst draait het om het imago naar de rest van de wereld waaraan een spectaculair cultuuraanbod kan bijdragen. Vervolgens heeft een stad er evenzeer belang bij om de leefbaarheid voor haar eigen inwoners te vergroten. Ook vanuit economisch opzicht varen steden wel bij pop-up achtige activiteiten doordat deze activiteiten vaak neerstrijken op plekken die een opwaardering kunnen gebruiken. Door pop-ups te stimuleren op braakliggend land of in leegstaande panden wordt niet alleen de leefbaarheid van een omgeving gestimuleerd maar stijgt de waarde van de pop-up locatie zelf ook; ook kan het zorgen voor de gewenste dynamiek om ontwikkelingsplannen door te voeren. Pop-ups worden dus vooral als instrument effectief voor het realiseren van stedelijke doelen.

Behoeften die elkaar voeden

De gegeven beknopte samenvatting van uiteenlopende behoeftes toont aan dat de verschillende behoeftes elkaar wel degelijk ondersteunen of versterken. Makers zoeken de vrijheden die een stad hen graag biedt in het belang van de stad zelf. Publiek zoekt plekken waar het in zeer korte tijd een gedenkwaardige belevenis geboden wordt en waaraan het ze zich vervolgens weer kan onttrekken. Makers ontwikkelen dergelijke happenings graag in hun zoektocht naar nieuwe manieren om publiek te laten participeren en een stad ziet graag dat zijn inwoners participeren in cultuur wat ook weer goed is voor het imago van de stad. Op deze manier zijn er nog meer verbanden te leggen maar waar het om draait is dat deze behoeftes elkaar dus ondersteunen.

Uit de analyse blijkt vervolgens dat er weinig duidelijkheid kan worden geboden over de rol van het pop-up concept in de toekomst. Wel is duidelijk dat de huidige ontwikkelingen en de huidige tijdsgeest nog niet tot ‘bedaren’ zijn gekomen en mag worden verwacht dat ontwikkelingen zich in een rap tempo zullen blijven opvolgen. Door de flexibele en dynamische eigenschappen van het pop-up fenomeen, is de verwachting dat deze vorm nog in staat is ‘mee te bewegen’ met actuele ontwikkelingen en dat makers, publiek en steden elkaar blijven opdrijven.

Bij deze ontwikkeling kan een zorgelijke kanttekening geplaatst worden omdat het de

vraag is of dit gunstig is voor de wijze waarop kunst en cultuur beleefd worden en welk aanzien zij in de toekomst zullen genieten. De kracht van het pop-up concept zit hem in een kortstondige interventie die impact heeft op de korte termijn. Deze kracht stimuleert echter om kunst en cultuur enkel als iets vluchtigs te beschouwen of, zoals An de Bisschop dit duidde: mensen willen cultuur op fastfood wijze¹⁴³. Hoewel pop-up aan deze behoefte tegemoet komt, en ermee drempels weet te verlagen, is het de vraag of dit op de lange termijn tot verschraling leidt. Ondanks de mogelijkheid van pop-ups om mensen op de korte termijn zeer eenvoudig te verleiden en te enthousiasmeren, worden er geen langdurige relaties met kunst en cultuur gestimuleerd. Hoewel het pop-up fenomeen vernieuwende en uitdagende mogelijkheden biedt die de cultuursector kan stimuleren, is het geen eenduidig antwoord op de uitdaging die in de inleiding werd geschetst: 'De cultuurinstelling die betekenisvol wil blijven (bestaan), kiest voor een grondige upgrade van het 19de-eeuwse presentatiemodel' (Idema, 2011:7). De uitdaging voor de makers van pop-ups is dan ook om niet alleen op het moment zelf een memorabele happening te creëren, maar om ook duurzamere relaties van publiek met kunst en cultuur te stimuleren omdat dit ook voor hun eigen toekomst van wezenlijk belang kan zijn. Tijdelijkheid kan dus beschouwd worden als het nieuwe denken, maar het zou goed zijn als dit gebeurde met een visie voor de lange termijn.

Aanbevelingen voor gevestigde culturele instituten.

Deze scriptie bevat geen oordeel over de activiteiten en handelingen van hedendaagse cultuurinstellingen omdat er geen inzicht wordt geboden in wat die instellingen 'wel' doen. Het is dan ook onmogelijk uitspraken te doen over wat er veranderd zou kunnen of moeten worden, ook al is tijdens het onderzoek duidelijk geworden dat er ideeën heersen over hoe het 'anders' zou kunnen. De enige bijdrage die deze scriptie pretendeert te leveren is het bijdragen tot bewustwording van veranderende tijden en van een veranderende tijdsgeest die nieuwe en extra mogelijkheden met zich brengen. Deze hebben te maken met de specifieke kenmerken van het pop-up concept (de kortstondigheid; de gebondenheid aan een specifieke locatie) waardoor op andere, verfrissende manieren relaties met zowel de stad, makers als publiek kunnen worden aangegaan. De kenmerken van pop-up kunnen instellingen helpen bij de ontwikkeling van een werkwijze en visie die aansluit bij de huidige tijdsgeest. Op praktisch, uitvoerend niveau kan men zich laten inspireren door de handelingsvrijheid die het pop-up concept biedt en door de wijze van werken in kleine verantwoordelijke teams. En ander voorbeeld is de manier waarop een kortstondig pop-up 'event' ingezet kan worden als marketinginstrument naar een specifieke doelgroep toe, zodat de betrokkenen niet alleen in aanraking komen met de instelling maar ook met elkaar.

¹⁴³ An de Bisschop – persoonlijk interview: 24|04|2012

Al met al zouden de specifieke kenmerken van pop-ups hedendaagse cultuurinstellingen kunnen prikkelen en zelfs uit hun comfortzone halen.

Deze scriptie bevat geen pleidooi om de toekomst van de cultuursector alleen uit kortstondige pop-ups te laten bestaan. Pop-ups moeten vooral beschouwd worden als verfrissende luchtige initiatieven die ogen kunnen openen: de ogen van niet alleen makers en publiek, maar mogelijk ook van culturele instellingen die zoeken naar nieuwe manieren om aansluiting tot hun publiek te vinden.

Daarom is een *'pop-up als speldenprik'* te beschouwen als een metafoor van culturele acupunctuur: het zetten van hier en daar een speld die ook weer weggehaald wordt maar die kan leiden tot verfrissende inzichten en het openbreken van blokkades.

Nawoord:

Deze scriptie bevat de neerslag van een verkennend onderzoek dat een brede reikwijdte heeft door aandacht te besteden aan de behoeftes van zowel makers, publiek als de stedelijke omgeving, .. Deze brede verkenning van een onontgonnen terrein laat zien dat er behoefte om per specifiek onderdeel nader verdiepend onderzoek te voeren. Dit geldt in het bijzonder voor de behoeftes van publiek omdat dit in deze scriptie enkel vanuit het perspectief van ‘kenners uit het veld’ is geduid. Nader onderzoek is nodig om zicht te kunnen bieden op de kwestie waarmee deze scriptie is ingeleid: ‘De cultuurinstelling die betekenisvol wil blijven (bestaan), kiest voor een grondige upgrade van het 19de-eeuwse presentatiemodel’ (Idema, 2011:7). Nader onderzoek naar hoe het publiek zich verhoudt tot culturele happenings zoals pop-ups kan zicht bieden op de wijze waarop ook kortstondige happenings een bijdrage kunnen leveren aan het stimuleren van duurzame relaties tussen publiek en de cultuursector.

Bibliografie:

Literatuur

Bishop, Peter Lesley Williams *The Temporary City*. London: Routledge, 2012

Braembussche, A.A. Van den. *Denken over kunst. Een inleiding in de kunstfilosofie*. Bussum: Coutinho, 2007.

Caron, Bart et al. *Over Cultuurparticipatie*. Brussel: Kunst en Democratie, 2006.

Carter, Erica, James Donald & Judith Squires, red. *Space & Place. Theories of identity and location*. London: Lawrence & Wishart, 1994.

Debruyne, Marion. *Innoveren met creativiteit*. Leuven: Flanders District of Creativity, 2009.

Fache, Willy. 'Nu gaan we het beleven! Kunst en cultuur in de belevingseconomie'. In *MM Nieuws*: nr 2 (2012) 32-33.

Franke, Simon, Evert Verhagen. *Creativiteit en de stad*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005.

Frissen, Valerie. 'Digitalisering in het culturele domein: van e-cultuur naar zwart gat?' in *Cultuur en media in 2015*. Amsterdam: Boekmanstudies(2009) 20-31.

Foster, hal, [et al.] *Art since 1900*. London: Thames & Hudson, 2007.

Haan, Jos, Andries van de Broek. *Tijdsverschijnselen*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2003.

Hofstede, Bart, Stephan Raes. *Creatief vermogen*. Den Haag: Reed Business Information, 2006.

Honour, Hugh, John Fleming, *Algemene Kunstgeschiedenis*. Amsterdam: Meulenhof, 11e druk, 2002.

Idema, Johan. *Eindpunt bereikt, reis begint. Koers Kunst*. Amsterdam: Koers Kunst, 2011.

- Johansson, Marjana, Jerzy Kociatkiewicz. 'City Festivals: creativity and control in staged urban experiences' in *European Urban and Regional Studies*. Vol. 18. No. 2 (2011) 392–405.
- Jongenelen, Sandra. 'De festivalisering van Nederland' in *Boekman 83: Festivals*. Amsterdam: Boekmanstichting (2010) 6-12.
- Kloosterman, Robert. 'De creatieve hype' in in *Creativiteit in de stad*: NAI Uitgevers, (2005) 57-65.
- Kranendonck, Judith van. 'Het misverstand rond Thorbecke' in *Cultuur en media in 2015*. Amsterdam: Boekmanstudies (2009) 4-5.
- Lange, Bastian. 'Field configuering events' in *MM nieuws*: nr 2 (2012) 26-27.
- Leverink, Nienke. 'De Pardoewinkel' in *Volkscrant Magazine*: nr 582. 14 januari 2012.
- Martin, Jay. 'Luquidity Crisis: Zygmunt Bauman and the Incredible Lightness of Modernity' in *Theory, Culture & Society*. Vol. 27 Issue 6 (2010) 95-106.
- Mazzoleni, Donatella. 'The City and the Imaginary' In: Erica Carter, James Donald & Judith Squires, red. *Space & Place. Theories of identity and location*. London: Lawrence & Wishart, 1994: p. 285-302.
- Morley, David. 'Belongings: Place, space and identity in a mediated world'. *European Journal of Cultural Studies* (november 2001): p. 425-448.
- McNaughton, Melanie Joy. *Guerrilla communication, visual consumption, and consumer public relation*. Elsevier publications: 34 (2008) 303–305.
- Overmaat, Lenneke. 'Creativiteit tussen burger en bestuur' In *Creativiteit in de stad*: NAI Uitgevers, (2005) 212-222.
- Phillips, Barbara. 'Big Cities, City Lights. An Introduction to Urban Studies'. *Contemporary Sociology*. Vol.12 No. 2 (1983) 140-144.
- Pine, Joseph, James H. Gilmore. *De Belevingseconomie*. Schoonhoven: Academic Servive. 2000.

- Richards, Greg, Robert Palmer. *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Oxford: Elsevier, 2010.
- Robertson, Roland. 'Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity'. In: *Global Modernities*, Londen, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 1995: p. 25-44.
- Robins, Kevin. 'Prisoners of the City: Whatever Could a Postmodern City Be?' In: Erica Carter, James Donald & Judith Squires, red. *Space & Place. Theories of identity and location*. London: Lawrence & Wishart, 1994: p. 303-330.
- Rutten, Paul. 'Creativiteit, innovatie en stedelijke ontwikkeling' in *Creativiteit in de stad*: NAI Uitgevers, (2005) 66-79.
- Rustin, Micheal. 'Postmodernism and antimodernism in contemporary British architecture'. *Assemblage*. nr. 8 (1989): p. 88-103.
- Ruyters, Domeniek. 'Asociaal, onrendabel en autonoom. De opkomst van de postcreatieve klasse' in *Creativiteit in de stad*: NAI Uitgevers, (2005) 80-89.
- Schwarz, Michel. *Digitale media in de technologische cultuur. Perspectieven voor kunst en cultuurbeleid*. Den Haag: OC&W, 1999.
- Skold, David Erik. 'The other side of enjoyment: short circuiting marketing and creativity in the experience economy' in *Organization*. Vol. 17. No. 3. (2010) 363-378.
- Smith, Jeremy. 'Society of the Spectacle' in *The Nation*. Februari (2002) 32-35.
- Speeten, Geert van der. 'Tussen hybridisering en citymarketing' in *Boekman 83: Festivals*. Amsterdam: Boekmanstichting (2010) 22-27.
- Steenhoven, Joeri. 'Het creatief kapitaal van de stad' in *Creativiteit in de stad*: NAI Uitgevers, (2005) 90-99.
- Stevens, Martijn *Virtuele berinnering. Kunstmusea in een digitale cultuur*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen, 2010.

Thackara, John. 'De post-spektakelstad – en hoe die te ontwerpen in *Creativiteit in de stad*: NAI Uitgevers, (2005) 191-198.

Twaalfhoven, Anita. 'Een zomer lang feest' in *Boekman 83: Festivals*. Amsterdam: Boekmanstichting (2010) 84-87.

Valck, Marijke van. 'De rol van filmfestivals in het You Tube-tijdperk' in *Boekman 83: Festivals*. Amsterdam: Boekmanstichting (2010) 54-65.

Verschaffel, Bart. 'De mythe van de straat' in *De Witte Raaf*. No.111 (2004) 4-10.

Internet:

Cargo Collective. 'On The Way'. Bezocht op 14 juni 2012
<<http://cargocollective.com/bbb/On-The-Way>>

Geschiedenis24. 'Provo's in de pers. Bezocht op 25 juni 2012.
<<http://www.geschiedenis24.nl/andere-tijden/afleveringen/2008-2009/Provo-in-de-pers.html>>

Metropolis M. 'Het kraakverbod nadelig voor kunsten.' Bezocht op 23 juni 2012.
<<http://metropolism.com/features/het-kraakverbod-nadelig-voor-kun/english>>

Nieuwsblad. 'Brussel laat protestpicnic op Anspachlaan toe'. Bezocht op 25 juni 2012.
<http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20120607_083>

Shareable Blog. 'How to create a low cost pop-up library' Bezocht op 8 juni 2012.
<www.shareable.net/blog/how-to-create-a-low-cost-pop-up-library>

The Atlantic Cities. 'City monopoly board'. Bezocht op 6 juni 2012. >
<<http://www.theatlanticcities.com/arts-and-lifestyle/2012/06/city-monopoly-board/2163/>>

The Pop-Up City. 'Open now St. Pauli Open Air Gallery'. Bezocht op 6 juni 2012.
<<http://popupcity.net/2009/10/open-now-the-st-pauli-open-air-gallery/>>

The Pop-Up City. 'New York Subway Art Gallery.' Bezocht op 27 april 2012.
<<http://popupcity.net/2009/02/new-york-subway-art-gallery/#ixzz1z8yvvhxP>>

Website All over the Kietz. Bezocht op 6 juni 2012. <<http://www.alloverthekiez.com/>>

Website BarBuro. Bezocht op 6 juni 2012. <<http://www.barburo.be/>>

Website Bring Your Own Beamer. Bezocht op 14 juni 2012.
<<http://www.byobworldwide.com/>>

Website Cineroleum. Bezocht op 6 juni 2012. <<http://www.cineroleum.co.uk/>>

Website Glamourmanifest. Bezocht 10 juni 2012 <<http://www.glamourmanifest.nl/>>

Website Hamlet bij de Hallen. Bezocht op 13 juni 2012. <<http://www.hamletbijdehallen.nl/>>

Website Improv Everywhere. Bezocht op 23 juni 2012. <<http://improveverywhere.com/>>

Website Magnificent Revolution Cycling Cinema. Bezocht op 23 juni 2012.
<<http://www.magnificentrevolution.org/bookings/magnificent-cycling-cinema/cycle-in-cinema/>>

Website Mediamatic. Bezocht op 14 mei 2012.
<<http://www.mediamatic.net/249251/nl/uien-feest>>

Website Pop-Up Cafe meneer de Wit. Bezocht op 8 juni 2012. <<http://popupcafe.org/>>

Website Speed-Show. Bezocht op 6 juni 2012. <<http://fffff.at/speed-show/>>

Wikipedia. 'Belarus Free Theatre'. Bezocht op 8 juni 2012.
<http://en.wikipedia.org/wiki/Belarus_Free_Theatre>

Bijlage 1 Overzicht pop-up projecten

De projecten zijn voorzien van een beknopte toelichting.

All over the Kiez:

Deze pop-up activiteit betrof een foto-expositie in het centrum van Hamburg, in het district St Pauli aan aangrenzende woonwijken. De publieke ruimte in deze buurten vormde daarbij de expositieruimte.

<http://www.alloverthekiez.com/>

Atlantic Pacific:

Een metro- kunstgalerie. Gedurende een maand werd het Brooklyn Atlantic Avenue / Pacific Street Subway station gevuld met replica's van 50 kunstwerken uit the MoMA collectie.

<http://popupcity.net/2009/02/new-york-subway-art-gallery/#ixzz1z8yvvhxP>

Bar Buro:

'Pop-up co-workingspace' waar buiten flexwerkplekken, een goedlopende bar er alle ruimte is voor culturele initiatieven die bezoekers inbrengen: van een poëzieavond, een expositie, muziekavonden et cetera.

<http://www.barburo.be/>

Belarus Free Theatre:

Betreft een groep kunstenaars die genoodzaakt zijn om enkel onverwacht op te poppen, omdat hun theater activiteiten in strijd zijn met het Wit Russische bewind. Om die reden worden zowel repetities en optredens in het geheim gehouden in kleine privé appartementen. Enkel door in het geheim te opereren kan deze artistieke vrijheid verworven worden.

http://en.wikipedia.org/wiki/Belarus_Free_Theatre

Bring your own beamer:

BYOB zijn exposities van een nacht waarbij kunstenaars worden uitgenodigd om hun beamer en portfolio mee te nemen naar een specifiek gekozen locatie en elkaar en andere bezoekers diens werk te demonstreren.

<http://www.byobworldwide.com/>

Cineroleum:

Een klein collectief van kunstenaars en ontwerpers heeft de handen ineen geslagen om een voormalig leegstaand tankstation in London om te toveren tot een tijdelijke pop-up cinema. De tijdelijke bioscoop is gemaakt van gevonden en gedoneerde materialen en er zijn gedurende de gehele zomer 2010 films te zien geweest.

www.cineroleum.co.uk

Glamourmanifest

Glamourmanifest is een club van betrokken en enthousiaste & creatieve professionals die vanuit verschillende invalshoeken spraakmakende en verleidelijke eenmalige initiatieven formuleert en realiseert om het kantorengedebied Amstel III in Amsterdam Zuidoost nieuw leven in te blazen. Guerrilla Gardening was een van de pop-up initiatieven.

<http://www.glamourmanifest.nl/>

Hamlet bij de Hallen:

Eigentijdse variant van Hamlet die gedurende 6 dagen werd opgevoerd door acteurs die al te 'lang' niet meer hebben gespeeld. Locatie: een stuk braakliggend terrein in Amsterdam West.

<http://www.hamletbijdehallen.nl/>

Magnificent Revolution's Cycle-in Cinema

In deze pop-up bioscoop die speciaal voor de Olympische Spelen in London 2012 is ontwikkeld worden sporten en cultuur met elkaar samen gebracht. Hometrainers vormen de bioscoopstoelen in deze cinema en de stroom die met de hometrainers wordt opgewekt, wordt benut voor het vertonen van de films.

<http://www.magnificentrevolution.org/bookings/magnificent-cycling-cinema/cycle-in-cinema/>

MediaMatic Uienfeest:

Gedurende een weekend lang waren er 250.000 uien op te halen op het Oosterburgereiland in Amsterdam. Door de uien zo te redden van een rottingsdood werd er aandacht gevraagd voor een groot landelijk uien-overschot en de betekenis van eten in onze maatschappij. Tijdens het weekend waren er zowel bands aanwezig als fooddesigners en koks die aan de slag gingen met de uien.

<http://www.mediamatic.net/249251/nl/uien-feest>

On the Way:

Pop-up cinema in buurtwijken waarbij deelnemers worden verzocht hun eigen stoelen of alternatieve zitmeubels mee te nemen.

<http://cargocollective.com/bbb/On-The-Way>

Pop-up cafe meneer de Wit.

Een tijdelijke expositie die in Meneer de Wit Galerie in Amsterdam plaatsvond. De omgeving werd omgetoverd tot een cafe waar kon worden gesocialiseerd, kunst kan worden genoten, boeken gelezen kunnen worden, eenmalige events georganiseerd en dat alles binnen het ‘tijdelijke’ pop-up thema. Bijzonder aan dit project is dat de horeca de boventoon voerde ondanks het feit dat het een ‘expositie’ werd genoemd. Deze keuze werd gemaakt om stedelijke regelementen te omzeilen en zo horeca met cultuur te kunnen verbinden.

<http://popupcafe.org/>

Pop-up Gallery Amsterdam.

De galerie waar geïnterviewde Elisabeth Krauss mede-initiatiefnemer van is en die op verscheidende plekken in Amsterdam Oost in leegstaande panden de deuren opent om zo contact met de buurt te leggen.

popupgallery.moonfruit.com

Speed Show:

Op basis van de regels van het *Speed Show Manifest* kan iedereen voor een uur in een willekeurig afgehuurd internetcafé in een willekeurige stad alle computers benut om gedurende dat uur online werk van media kunstenaars te ‘showen’.

<http://speedshow.net/>

Bijlage 2 Overzicht geïnterviewden

Nederland:

- Beekmans, Jeroen - Bureau Golfstromen / stadsplanner / Blog *the Pop-Up city*
Boer, Joop de - Bureau Golfstromen / stadsplanner / Blog *the Pop-Up city*
Deuss, Nina - Producent Hamlet bij de Hallen Guerilla Theater
Heerdink, Bart - Projectmanager @ Premesela: Nederlands Instituut Design & Mode
Hoogendoorn, Jurgen - Adviseur/ socioloog bij Ontwikkelingsbedrijf Amsterdam
Houte, Nan van - Hoofd programmering TIN – Nederlands Theater Instituut
Krussand, Elisabeth - Initiatiefnemer Pop Up Gallery Amsterdam
Simons, Lara - Urban Nomad – Freelance projectleider stedelijke ontwikkeling
Waal, Martijn de - Founder The Mobile City / Public Matters

Belgie:

- Ballet, Heidi - Intitiatiefnemer KOMPLOT: curatoren collectief
Bisschop, An de - Directeur Demos – Steunpunt Democratie en Participatie
Blom, Kristof - Directeur Productiehuis Campo
Desmet Fredo - Oprichter Avenue L/ Bar Buro / Gent M
Doucet, Bart - Coördinator Cultuurbeleid Gent
Eggermont, Sam - BAM Steunpunt Beeldende Audiovisuele en Mediakunst Vlaanderen
Heylen, Sandra. - Zakelijk Leider Cirq
Hillaert, Wouter - Podiumcriticus voor de kranten De Morgen & De Standaard
Janssens, Joris - Directeur Vlaams Theater Instituut
Laenen, Katrien - Programmamanager Kunst in Opdracht - Vlaamse bouwmeester
Meyskens, Bart - Oprichter Avenue L/ Bar Buro / Gent M
Peeters, Eva - BAM Steunpunt Beeldende Audiovisuele en Mediakunst Vlaanderen

Bijlage 3 Uitgewerkte interviews

Interview Jeroen Beekman en Joop de Boer, oprichters van Golfstromen / Adviseur Stadsplanning /

Initiatiefnemers: Blog *The Pop-Up City*

23 | 05 | 2012

Amsterdam

B: Jeroen Beekman

J: Joop de Boer

V: Veerle Devreese

V: introductie onderzoek kortstondige stedelijke interventies. Wat signaleren jullie? Herkennen jullie iets dergelijks?

B: mmm.

J: Pop up...nooit van gehoord (grijnst)

V: haha, maar dat brengt me meteen bij de vraag: vanwaar de titel Pop-up city?

J: De titel omdat wij geïnteresseerd waren in stedelijkheid. Met name stedelijkheid die een bepaalde tijdelijkheid in zich heeft... dus sterfelijkheid die opeens kan bestaan en die opeens weer weg kan zijn. We dachten.... het zou voor een heleboel stedelijke situaties een stuk duurzamer zijn wanneer je bij het maken van iets in je hoofd zou hebben, dit is niet voor de eeuwigheid. Dat het ook weer weg zou gaan. In plaats van, dat wanneer je iets maakt, zoals dat zo vaak gebeurt, dat iets voor de eeuwigheid zou moeten blijven bestaan, maar dat is helemaal niet hoe het gebeurt. Die cycle is veel sneller gegaan. Vroeger gebeurde dat natuurlijk ook echt. Als je iets in de middeleeuwen maakte dan bleef dat staan, tenzij dat verongeluk vernietigdig werd, maar tegenwoordig is het eigenlijk heel normaal dat je na zo'n dertig jaar uit je gebouw bent. .

V: Of zelfs al eerder waarschijnlijk.

J: Zeker... ze zijn er dan op uit gekeken, soms al na vijf jaar. Dus... vandaar dat wij ons wilden richten op meer die kortstondigheid. Dat was onze visie een beetje....en pop up kwam dan een beetje van online zeg maar...iets popt op, en het kan weer weg geklikt worden.

B: Dat was in 2008, en dat is best wel euh.... nu, nu zie je dat steeds meer mensen het begrip beginnen te omarmen, maar toen wij begonnen, toen was het best wel euh, toen was het er nog niet veel.... toen had men er nog niet veel mee. Pop up shops enzo...die waren er nog helemaal niet.

V: Maar nu, nu herken je dat wel?

B: Nu? Ja, nu heel erg. Ik denk dat het woord, de term, in sommige gevallen ook zijn eh, kracht verloren is. Vooral in het eh... pop up om de pop up dat het zijn kracht verloren is. euh heeft. Maar wat wij, van waaruit wij zijn begonnen is de steeds sneller gaande economische ontwikkelingen, politieke ontwikkelingen, sociale ontwikkelingen in de wereld.... de euh media. We worden steeds meer geregeerd door de media. Je spreekt tegenwoordig ook van een zap generatie. Dus de aandachtspanne van mensen zijn heel kort. Dus pop up speelt daar heel erg op in. En wat ik dan in stedelijk opzicht, wat structureler, daar waar we eigenlijk mee begonnen, is het zoeken naar, dingen die echt werken voor steden, dus dingen die steden flexibeler maken. Wat ik wel een trend vond, destijds toen wij begonnen, was de Zuidas, dat gedoe met de ABN AMRO, dat overgenomen zou worden door re royal bank of Scotland, toen was het ook gaande om de Zuidas. De ABN speelde daarin toen een hele grote rol. Ik wijk misschien nu wel teveel af, maar

V: nee nee, ga door.

B: Nou ABN was een van de grote partners in de Zuidas en toen bleek dus ineens dat ze waarschijnlijk zouden worden overgenomen door een buitenlandse partij. En dat hele stedelijke vernieuwingsproject zou dus gewoon op

losse schroeven komen te staan. Na ja, en toen een jaar later, was er van de ABN eigenlijk niets meer over en was het ineens een staatsbank geworden. Dat is een voorbeeld waaruit je ziet dat dingen zich zo snel opstapelen, dat soort ontwikkelingen. Eigenlijk, als je er vanop aan wil in het bouwen van steden, dan, want het Zuidas project was een project dat eigenlijk was bedoeld voor vijftig jaar, dat is gewoon niet meer te doen. Dus je moet zorgen dat je sneller bent.

V: Sneller reageert.

B: Ja.

J: Maar jij zegt ook (tegen Jeroen) dat, dat pop up.... althans zo begon je, dat pop up een beetje zijn relevantie verloren heeft.

V: Exact... ik schreef die zin ook op.

J: Ik zou zeggen, daar aan willen toevoegen...als principe niet zozeer, maar wel als marketingstunt. Op een gegeven moment is iets 'pop up' doen als marketing stunt zijn kracht wel een beetje verloren. Vooral omdat in het begin, dan trok het media aandacht wanneer je een pop up store oprichtte. Dan was het gegeven, het woord pop up in feite al voldoende om aandacht te trekken. Bij voorbaat eigenlijk interessant was. Nu, nu het zo vaak gebeurd, dat het op die manier niet zoveel aandacht meer trekt...maar wat er volgens mij nog wel interessant aan is, is dat...want jij, jij zegt, het gaat allemaal heel snel en dat heeft allemaal met nieuwe media te maken, is dat je, je kunt altijd iets pop up blijven doen, dat is een hele relevante ontwikkeling. Omdat je altijd je achterban heel snel kunt aanspreken. Door die media. En die kan het ook heel snel doorvertellen. Dat was eerst niet zo. Als je vroeger ergens een pop up winkel begon, bijvoorbeeld in een havengebied, dan was het de kwestie....krijg er maar eens mensen heen. Dan had je in feite geen schijn van kans. Ook niet als je Nike was, eigenlijk. Je kon simpelweg niet zo snel handelen... je moest inkopen, je moest reclame en promotiemateriaal ontwikkelen, flyers laten drukken, om die mensen dan maar te vertellen waar het dan was.

B: Ja, je kon veel minder makkelijk een klantenkring opbouwen.

J: Juist, die klantenkring, die je vroeger als slager in je buurt had, en dan werkte je daar dan jaren aan, en nu,nu heb je die footloose. Nu heb je overal mensen die altijd overal snel ergens heen kunnen. In die zin blijft pop up een heel waardevol interessant iets. Dat voor allerlei partijen interessant is... ook voor de culturele sector denk ik.

Dus nu, nu ja, we hebben er laatst nog een klein stukje over geschreven, in plaats van dat je een groot gebouw hebt, een groot museum, kun je in feite ook zeggen, we euhm, programmeren alle loze ruimte van een stad. We doen dan alsof de stad een museum is. Of we bouwen een expositie die bewegend is en die mensen uitnodigd om mee te gaan, zoals festivals. Dus altijd bij de mensen zijn... waar de mensen zijn. Op die manier kun je op allerlei manieren reageren op ontwikkelingen die plaats vinden en ook op euhm, patronen en activiteiten van mensen. Ik denk dat dat helemaal niet onverstandig zou zijn.

B: Nee, helemaal niet nee. Zeker niet. Ik bedoel met het pop up om het pop up weet je wel

J: Ja, als marketingstunt heeft het zijn kracht verloren. De media haal je er niet meer mee.

B: Als je zegt, we openen een pop up store....Been there, done that weet je wel. Als je er wat mee wilt doen, zul je wat meer moeten onderbouwen.

V: Ook in de cultuursector?

B: Ja zeker ja, volgens mij ja.

J: Je had bijvoorbeeld al temporary stedelijk. Dat programma weet je wel.

V: Ja, maar die had minder de allure van een pop up

B: Klopt.

J: Ja, inderdaad. Maa ik kwam bijvoorbeeld in Amsterdam op een gegeven moment ook pop up ateliers op de wallen.... Kijk wij kiezen als blog natuurlijk redelijk in wat wij nog wel willen beschrijven en wat niet meer. We zien ook best wel vaak dingen en die zijn gewoon net niet interessant genoeg. Dus als wij die keuze al maken, dan zullen een heleboel andere media die keuze ook maken.

V: Ja

J: Omdat die ideeën gewoon niet meer interessant genoeg zijn om te vertellen. Wat niet meteen betekent dat het nooit interessant is. Je kunt natuurlijk ook iets weer zo goed doen en dan op een andere manier interessant zijn waardoor dat pop up wel erg succesvol uit pakt.

V: Maar dat is dan meer op inhoudelijk vlak.

J: Ja of dat je wel iets pop up doet maar dat niet doet om daar mee te scoren. Maar dat hoort gewoon bij de aard van het project.

B: Ik denk dat pop up misschien op een gegeven moment wel een standaard laag wordt. Dat het gewoon al logisch wordt dat je van daaruit denkt. Maar dan pas moet je dat zien in te vullen op een manier die bij jou past. En verder... als ik voorbeelden zoek in de culturele wereld. Dan denk ik aan het BMW Guggenheim Lab. Dat is van het Guggenheim museum en van BMW en dat is een lab, het is eigenlijk een rondreizend museum, denktank, over de toekomst van steden. En wat ze doen, is, ze slaan hun vleugels uit in steeds weer een andere stad. Ik geloof om het half jaar. Ze zijn in New York geweest. Daar zijn ze begonnen. En ze openen over 3 weken in Berlijn en daarna gaan ze naar India geloof ik. En euh... dat is gewoon echt een structuur, die wordt opgebouwd. Die na een half jaar wordt die afgebroken en een maand later pop hij weer ergens anders op.

V: En vormt dus een expositie?

B: Ja, een expositie, maar ook activiteit geconcentreerd. Dus het is de bedoeling dat er mensen samenkomen. En dat gaat dan over de toekomst van de stad.

V; Want, ik ben ook bezig met überhaupt een definitie van deze trend... dit fenomeen....vinden jullie pop up een definitie en sich? Is dat een ding? Ik bedoel...hoe breed rijkt dat? Ik ben namelijk een beetje aan het zoeken...Joop nam net het woord festival in de mond. Maar het hoeft dus niet een verzameling van dingen te zijn. Het kan ook een ding zijn. Maar zit het dan weer tussen een performance in?

J: Nou, niet alles wat tijdelijkheid is, is pop up. Kijk, een festival is geen pop up ding. Na ja, het is wel een pop up ding, maar dan is een camping dat ook. Dan bestaat dan altijd al..

B: Dat is geen pop up.

J: Ja, dan kom je uiteindelijk bij iets uit dat altijd een pop up te noemen is want dan kom je uiteindelijk in een range van tijd waarbij je die flat ook een pop up kunt noemen, In de range van een miljoen jaar is die ook maar heel tijdelijk geweest, dus.... je zult het wel ergens moeten kaderen. Ik zou het dan bijvoorbeeld ook misschien het dan ook als trend benoemen....als initiatieven die bedoelt zijn om met dat pop up iets speciaals te doen en een argument te vormen over tijdelijkheid als principe in ontwikkeling.

V: En eenmalig. Dat is natuurlijk ook een nadrukkelijk verschil.

J: Ja, kort zijn. Wij zijn wel eens gekenmerkt als een internationale situationistische beweging, en dat is die pop up trend ook. Maar het situationisme bestaat al veel langer.

B: Sowieso zie je dat dat aan een revival bezig is natuurlijk. Dat noem je dan psycho geografie. Namelijk het stagen van happenings eigenlijk... het naar de hand zetten van een situatie heel snel eigenlijk. En dan ook weer heel vluchtig weer weg zijn. Dat wordt eigenlijk steeds populairder. In de huidige context.

V: En is dat omdat publiek dat wil, of omdat makers dat willen?

B: Ja...het kip of het ei he?

J: Nou, daar zit wel een soort, vanuit het situationisme gedacht zit er een levensfilosofie achter. Dat het niet gaat om het hebben. {...} dat situationisme was echt een beetje een soort opvatting dat het dus niet gaat om het hebben in je leven, maar om het zijn op een bepaalde plek en dat je het moment heel erg moet kunnen vatten. Dat is eigenlijk in het leven van een mens erg belangrijk. Iets is een moment. En als je dat dan naar de cultuursector doortrekt, dan denk ik dat het publiek misschien wel drijvende is dan de makers...zeker tot dusver..want het publiek heeft een hele korte aandachtsspanne. En de makers die daar een beetje op inspelen, ja, die boeken misschien wel succes. Kijk, die hele festivalisering, als we die er dan toch even mogen bijnemen...die is daar natuurlijk ook een kenmerk van...om mensen hun vrije tijd zo spannend mogelijk in te richten.

V: Maar wie nemen de initiatieven? Zijn dat organisaties? Bottum up?

J: Euhm, volgens mij is dat over de hele range. Kijk, Jeroen zij net, BMW Guggenheim....dat zijn dus grote instellingen en een wereldcompany die dat samen doen. Aan de andere kant een klein modeshopje dat nog nauwelijks een collectie uitheeft...die kan ook al beginnen.

V: om aandacht.

J: inderdaad, die kan dan online om aandacht vragen. En dan komt het misschien in het Parool en noem maar op. Nou ja, wij, als Pop up city die ook Pecha Kucha organiseert. Als creatieve bedrijf... Nou ook als pop up...urban farm. Dat is nog een beetje particulier wat je meer als bottum up kan zien. Dus ik denk dat er een hele range aan type mensen zit die daar euh

V: ook burgerinitiatieven?

J: Nou ja....burgerinitiatieven wel, maar dan altijd gestuurd door iemand die daar op wat voor manier subsidie voor heeft of vanuit culturele....dat is iemand die dat dan initieert en dan de burgers achter zich weet te krijgen. Ik zie niet mensen nu al in een of andere Vinex wijk puur op eigen initiatief kom...laten we eens met zijn allen een 'urban prank' met zijn allen doen of euhm...nou ja

V: nou ja, dat is het interessante aan het burgerschapfenomeen op zich nietwaar?

J: Nou, helaas, ideeën komen vrijwel nooit vanuit burgers. Tenzij je de BBQ daar toe rekent. Als er vlees is. En voetbal.

V: En, een hypothese is eigenlijk, dit gaat nou samen met een digitale samenleving.

J: Wij zijn van mening...en dat geldt voor ons allebei, dat dit met elkaar samenhangt. 1. wat ik net al zij. Dat je anders die basis van het publiek niet hebt...die je nu kunt vinden via internet. Maar we zeggen ook heel vaak, ook dingen die in de stad gebeuren...en die zeggen: 'Kijk ik doe iets hier voor de mensen die hier wonen, ik interacter met de mensen die hier wonen, de plek, zijn vaak bedoelt om op internet te scoren...dus euhm...als voorbeeld, een blogpost die Jeroen laatst schreef: een jongen rolt ergens zijn tapijstuk uit waar een zebra opgetekend is, doet alsof hij zich daarmee engageert met het thema ruimte en oversteken...na natuurlijk heeft hij dan veel meer publiek op een blog als die van ons. Hier ligt zijn werkelijke platform.

B: Wat hij in feite doet...wat een meerderheid van deze mensen doet, ze rollen iets uit, ze maken een paar goede foto's, en pakken weer in. Ze lopen naar de eerste de beste computer om de foto's naar alle blogs te sturen.

J: Ja, en vervolgens is het werk...helemaal zielloos...heb je er geen fuck meer aan.

B: Na, in de beschrijving staat wel, dat het bedoelt is om het stedelijk leven een injectie te geven,

V: Dus, jullie plaatsen bij die waarde van media een kritische kanttekening.

J:, mwa, ligt er aan. Je mag ook...

V: maar voor jullie blog is het handig...

J: Ach, wij vinden het op zch leuk., maar we zien het wel. Je moet natuurlijk niet zo naïef zijn dat je denkt dat dat echt helpt. En je moet dus, wij, van pop up city onthouden...projecten zijn soms 'made for the blogger'. Niet om mensen te engageren.

V: Oke, maar pop up is dus eigenlijk hartstikke gemedicaliseerd.

J: Ja, geloof het wel, een gemedicaliseerde vorm van stedelijke ontwikkeling waarbij je ook de kracht van media gebruikt om je argument te maken over ruimte. Je maakt een politiek argument dan via de media...en je kan vervolgens ook nog zeggen...dit democratiseert, kan iets doen in de ruimte. Al zou ik dat niet al te hard roepen want natuurlijk bepaald nog steeds het overheidsapparaat.

V: Want bevordert het publiekbereik - dat is dan gedacht vanuit mijn onderzoek richting de cultuursector.

J: Nou, dat is ook echt een woord uit die sector.

B: Of het publieksbereik verbeterd? Dus wanneer je als culturele instelling je met pop up bezig gaat houden?

V: Juist.

B: Ik denk het wel, maar ik denk vooral in de zin van het bereiken van een ander type groepen. Op het gebied van het BMW Guggenheim lab...Ik denk dat dat vrij weinig te maken heeft met het klassieke Guggenheim bezoeken,

maar dat dat wel een soort van enorm sterke nevenactiviteit is die ook erg goed via internet zichtbaar is... waardoor heel veel mensen die willen zien.

V: Dus vooral als marketingtool dan?

J: Nou, en waar je we het dan ook nog heel even over moeten hebben, in het geval van het Guggenheim. Het Guggenheim staat erom bekend dat zij altijd opnieuw uitvinden wat het museum doet met een stad. Dat hebben ze in New York gedaan, dat hebben ze in Bilbao met het Guggenheim effect gedaan, dat ging over iets groots neerzetten wat citymarketing werd...en dat was iets van de jaren negentig, tweeduizend. Maar zij hebben eigenlijk opnieuw als eerste bedacht een museum als een puur tijdelijke constellatie eigenlijk ook iets heel nieuws kan zijn. Dus het is niet voor niets dat het Guggenheim dat voor het eerst bedenkt en als eerste grootschalig doet. Dus daarom maakt dat het extra interessant denk ik.

V: Omarmen steden dit?

J: Ja, ik geloof het wel ja.

B: Ja zeker, ze omarmen het wel, omdat het een low profile manier is voor stedelijke ontwikkeling. Dat gaat altijd hand in hand met empowerment van burgers natuurlijk. Dat ze verwachten dat dat samengaat. En vooral in de huidige tijd van crisis is dat natuurlijk altijd mooi meegenomen.

J: Ja, tegen die ontwikkeling moet je het ook zien. Enerzijds media, anderzijds economische crisis.

V: Wel?

J: Ja, want iets kortstondige...daar kun je ook weer vanaf. En in Nederland heb je veel lege ruimte, vooral door de crisis. Nou, daardoor gaan gemeentes denken, daar moet je toch iets mee kunnen? En wat gaat dan iedereen doen... programmaatjes ontwikkelen en organiseren.

V: Dus je ziet het als low budget oplossing.

J: Ja, ook voor sterfelijkheid. Je ziet door de crisis dat er nu allerlei projecten stil komen te liggen. Dus bijvoorbeeld de gemeente Amsterdam heeft heel Zeeburger eiland leeg geveegd. Alles moest daar weg want daar gingen ze groots bouwen. Op het moment dat ze de hele grond bouwrijp hadden...bleek dat ze eigenlijk helemaal geen geld voor het project hadden en dat de ontwikkelaar eruit stapte. Oplossing is nu dat er iets pop upperigs moet gebeuren. Ik geloof dat het gaat om tien hectare grond. Vervolgens is er een pitch uitgeschreven door de gemeente en nu moet iemand nu voor 1 symbolische euro voor tien jaar het project 'kopen'. Dan mag je daar tien jaar lang iets doen...tijdelijk. Moet gebeuren en moet weer weg.

B: De moet ook horeca bij zitten.

J: Lijkt me verstandig als je iets wil verdienen.

V: Is er dat altijd aan gerelateerd? Weer een echte cultuurbeleid term: cultureel ondernemerschap: die hoort dan ook nog wel in dit rijtje thuis: Gaat dat hand in hand of hoeft dat niet?

J: Mmm, sommige mensen die kunnen dat wel. Die kunnen daar iets ondernemersachtigs van maken. Ikzelf vind tien jaar, blijkt toch wel een korte terugverdientijd te zijn voor een investering. Maar dan moet je wel high end inzetten en bier verkopen voor 2,80 en niet denken...we zijn zo lief, dus alles kost een euro en we zijn zo tijdelijk houtje touwtje. Bij voorbeelden als Trouw en Volkskrant...daar is veel subsidiegeld tegenaangegevoerd, en het is daarbij de vraag: is het nog wel cultureel ondernemerschap. Ik denk dat het gewoon ondernemerschap is. Volgens mij moet je ondernemerschap hebben. Cultureel ondernemerschap, ik heb niet het idee dat je van cultuur als ondernemer echt rijk kunt worden. Bijna alle cultuur wordt gefinancierd.

V: Nee, maar ik bedoel meer... Pop up, kunnen ze verdienen? Pop up shops zullen meer inzetten op terug verdienen dan bijvoorbeeld guerrilla theater. Maar kan de cultuursector er iets van leren?

J: Ja, dat denk ik zeker. Volgens mij kunnen ze van twee dingen iets leren. Aan de ene kant kunnen ze leren van tijdelijkheid en flexibiliteit is een manier om te gaan met veranderende publieksstromen en veranderende budgetten. Dus ook, bijvoorbeeld een Rijksacademie is net op hun vingers getikt omdat ze in een te duur gebouw zitten. Eigenlijk wordt er gezegd: 'joh, zorg dat je het gebouw uitgaat. Dat is een last aan je been. Daar moet je echt wat mee. Daar kun je als cultuursector bij wijze van eigenlijk simpelweg niet meer omheen. Aan de andere kant denk ik

dat dat ook wel belangrijk is, om een beetje het publiek te trekken. Aan het begin zeiden we: het heeft zijn marketingwaarde verloren. Maar ik denk nog steeds wel dat euhm... Kijk, je bent er wel opeens. Dus je hoeft niet meer opeens te zeggen: bij wijze van spreken: Bij deze tent (waar het gesprek plaats vond) Tolhuistuin opent Pop up podium in Amsterdam Noord, maar je kunt wel zeggen dat je het podium opent. Je opent wel iets. En een opening is wel iets dat er niet altijd is. Het Eye filminstituut: we waren als Amsterdammers stiekem toch echt vergeten dat we nog een filminstituut hadden, en opeens staat heel Nederland op de pond naar Noord, die vergrijst echt.

B: Heel Libelle lezend NEDerland. Dus ja....misschien is dat de oplossing: gratis bonnetjes in de Libelle. Misschien wel beter zelfs.

V: Dat daar de cultuursector van kan leren.

J: Kijk, wij organiseren ook die Pecha Kucha nights. En dat is niet pop up, maar we zijn organisatie met een gebouw en we gaan van locatie naar locatie. Telkens anders en we proberen dan ook nog een beetje de wat meer tijdelijke locaties uit te zoeken. Maar er is wel elke keer gelegenheid om er opnieuw steeds weer even te zijn.

V: Ja, want het is een happening. Je wil erbij zijn.

J: Ja, dat gevoel moet je zien te krijgen. En dat is ook voor de cultuursector heel belangrijk om te krijgen. als je ziet hoe populair zo'n museumnacht is...dan is opeens iedereen er wel. Dus het moet een beetje cool zijn.

V: dus die pop ups zorgen voor een opleving?

B: Ik denk wel dat het er mee te maken heeft dat er bij culturele organisaties een soort gemakzucht insluipt. Van: owja, we gaan nu een pop up doen... we gaan ergens een pop up museumpje openen, of een expositie en dan wordt dat heel vaak in achterstandswijken gedaan. Foam is daar bijvoorbeeld ook heel erg mee bezig nu. Maar wat je heel vaak ziet je ziet vaak dat er dan een mismatch is tussen wat de wijk wil en het inhoudelijke programma van zo'n ding. En het is vaak een beetje verheffend, belerend, paternalistisch. Er wordt eigenlijk hele droge kunst, die ontoegankelijk is voor die doelgroep de lokale wijkbewoners...en kinderen worden er met de haren bij gesleept om naar die foto's te gaan staan kijken. Maar wat je daarvan moet leren...je bent ergens 'gepop-upt...maar dan ben je er nog niet. Je moet ook nog eens iets zo vet maken, waardoor iedereen er echt onderdeel van wil uitmaken.

V: maar ja, hoe doe je dat: enerzijds hebben we de Vinexwijken waar niemand initiatief neemt, anderzijds is het elitair als een organisatie het voortouw neemt.

J: door populaire cultuurprogramma's te ontwikkelen. We moeten af van de schaamte om te zeggen: we openen een pop up bioscoop. En dan te beginnen met een kaskraker...omdat eerst je maar eens voor elkaar moet zien te krijgen dat iedereen komt. In de kunstwereld vindt men dat natuurlijk te min. En dan zit er weer eens een galerie in zo'n buurtje en dan komt natuurlijk niemand. Tenzij je dat was begonnen in een shoarma tent. Dan waren mensen wel gekomen.

B: Je kunt kunst beter ophangen in een shoarma tent dan... haha.

V: Ik las in de Boekman juist het tegenargument dat je er voor moet waken om geen braderie te worden

J: daar is ook niets mis mee.

B: Ik denk dat je als Foam vijf Kebabzaken had uitgekozen en had gezegd: daar doen we de expo. Dan had dat ook goed gekund. En dan ben je als idee nog steeds pop up.

V: Dan had je dus echt nieuw publieksbereik.

B: Precies. En dan is het zo maf, dan denken mensen van 'wat?'

J: En eigenlijk moet je dan ook weer zo goed zijn in hoe je je project aanpakt, dat je dan die vijf kebabzaken erbij betreft. Iedereen gelijktijdig een opening.

En op een flyer de logo's om hen te herkennen.

B: Dan maak je die koppeling pas echt tussen je omgeving en mensen.

V: Dus: de stedelijke omgeving niet enkel als decor.

B: Ja.

V: Zijn er nog mensen met wie ik zeker nog had moeten spreken?

{....}

25 | 05 | 2012

Amsterdam

N: Nina Deus

V: Veerle Devreese

V: - Introductie achtergrond scriptie -

N: Hamlet bij de Hallen bestaat eigenlijk uit allemaal mensen die in de theatersector hebben gezeten, zeg maar, of die er nog steeds aan verbonden zijn, maar waarvan er velen uit zijn geraakt. Ik zelf heb vijf jaar niet gespeeld vanwege kinderen enzo. En ik kende nog wat van die meiden die er echt al een poos uitleggen. En toen zaten we bij elkaar en dachten we: wat als we nu deeltijd kunnen gaan acteren? En toen kwam eigenlijk... toen zagen we dat gebied bij de Hallen en toen dacht ik... waarom gaan we daar niets doen? En toen dachten we, dan bellen we, gewoon 'eventjes' en dan kijken we iets kunnen. En zij reageerden gelijk. Ze waren er eigenlijk zelf aan mee bezig omdat een groot project daar gefaald was en het gebied daardoor in negatief daglicht was geplaatst. En zo wilden ze wat positieve aandacht vanuit de gemeente met dat gebied. En zo kwam ons voorstel hen perfect gelegen.

V: Oke, dus de gemeente stond er onmiddellijk voor open.

N: Ja, ze wilden het gelijk doen. En wij zeiden, nou en dan gaan we tussen de 90 en 150 man per avond. Daar waren ze wel van onder de indruk. En deels hadden natuurlijk geen idee en deden we maar wat. Dat hebben we ook naar hen gecommuniceerd hoor. Dat wel. Nou en vervolgens... ik wilde altijd al Hamlet doen. En toen wilden de anderen daarin mee, heb ik het stuk vertaald en aangepast op de setting. En toen zijn we mensen gaan bellen. Met zijn drie een hebben we een flink netwerk. En we zeiden: 'Joh, we gaan gratis spelen. Doe je mee?' Het was dus een beetje als een geintje. Net zoals we dat op de toneelschool deden. Toen deed je dingen gewoon. Toen dacht je niet na en gingen we niet meteen moeilijk doen. We deden gewoon. Die mentaliteit past ook bij Hamlet bij de Hallen. Je moest bijvoorbeeld met elkaar bellen wanneer je wilde repeteren. Of via Skype. Dat kon ook. Dat is heel leuk om op die manier oplossingen te bedenken.

V: Oke, dus alles gaat hoe het komt?

N: Het gaat hoe het komt. Je regelt wat je kan regelen. En wat je niet geregeld kan worden, dat kan niet. Natuurlijk... je hebt dingen waar je niet omheen kunt. Vergunningen aanvragen bij de gemeente. De weligheid moet goed zijn. Je moet je pr een beetje goed aanpakken. Dus de standaardingen... die moeten gewoon geregeld worden. De pr hebben we wel goed gedaan. En nou, mijn vriend, die heeft jaren lang bij Paradiso gewerkt. En zo weet hij niet alleen alles van geluid, maar ook van brandveiligheid. En zo sprokkel je je mensen bij elkaar. En dan weer iemand die catert bij grote festivals etc. Mensen die wel wat weten en die snel kunnen handelen. En de acteurs, die zijn allemaal professioneel, dus ze kunnen allemaal goed hard praten. Ze kunnen heel makkelijk met ons mee doen en iedereen geeft het gelijk vorm.

Je moet eigenlijk jezelf voortdurend verbieden om te denken zoals ze doen in de subsidiesector. Want dan ga je denken 'we moeten binnen zitten, en we moeten minimaal dit dit en dat. En wij, wij kijken gewoon wat we hebben. Het glas is niet half leeg, maar half vol. We hebben niets, maar proberen dingen te regelen en kijken wat we kunnen krijgen.

Je moet daarbij natuurlijk wel beseffen dat er veel professionals bij betrokken zijn. We zijn behoorlijk vakmatig. We zijn meer zoals de Dogtroep spelers: je bereid iets voor op een plein, je komt op, doet je ding en pakt weer in. Daar zijn we snel in, en ervaren. Dat begint heel losjes en lijkt het, maar dat is het veel minder.

V: En hoeveel initiatiefnemers zitten er achter?

N: 3 {licht achtergronden toe}. En toen hebben we heel veel rondgedeeld en er nog meer mensen bij gezocht.

V: En waarom deden zij dan weer mee?

N: {lacht} Omdat ze het leuk vinden. Het is natuurlijk iets tegendraads. Het is iets dat ook een beetje, we noemen het dus ook wel guerrilla theater en zo hebben we het ook bedacht, het heeft iets dat we zoeken naar juist dat waar het omdraait: dat spelen leuk is. Het is ontzettend leuk om te doen. En velen van ons waren het eerst een beetje moe om alles wat erbij komt kijken. Ik vond het uiteindelijk zelfs verschrikkelijk.

V: En waarom maakt dit het dan weer leuk?

N: Omdat er geen andere noodzaak was dan dit spelen. Dit komt vanuit ons. Dus...wat het belangrijkste is... dit bestaat niet voor de sector. Dat is heel fijn. Het is voor de buurt. Het is niet bedoeld voor vakgenoten. Het is voor de buurt. Het is gratis. Iedereen mag komen aanschuiven. En er is geen enkele pretentie. Het heeft ook geen enkele kunstzinnige pretentie. Ik bedoel...ik heb het stuk zelf bewerkt en ik had echt niet het doel er een hoogdravend stuk van te maken. Ik dacht er niet mee dat ik hiermee de wereld verbeter. Ik dacht enkel: het verhaal moet duidelijk zijn. Je wil dat men de taal snapt. En dat de situaties voor de mensen duidelijk zijn. En dat het plezierig is. Vanuit het hart... zo speelden we. Wat in ons opkwam. Wat je aan tekst nog weet, daar houdt je aanvast en anders redden we elkaar. Meer verwachtten we er niet van. En weet je, mensen vinden dat ook leuk. Ze moeten er om lachen. Prima. Mensen hebben een fijne avond, ze hebben een drankje en iedereen gaat blij naar huis. Je zit op een leuke plek in de stad en het is niet ingewikkelder dan dat.

V: Ik kan me herinneren, toen ik de voorstelling destijds bijwoonde: dat jullie het stuk introduceerde met: ' met acteurs die vonden dat ze al te lang niet meer gespeeld hebben.' En ik interpreteerde dat een beetje als een commentaar op de huidige cultuursector die niet voldoende plek heeft voor alle acteurs.

N: Dat is niet zozeer een verwijt. Maar ik houd er wel van om mensen daarmee te confronteren...maar dan vanuit een ander perspectief. Wanneer je er uitlicht, merk je pas dat er in die theaterwereld alles vast ligt. Alles houdt elkaar in stand. In die wereld bestaat er weinig ruimte tot kiezen. Je moet er in mee. Of je ligt eruit. Je moet er altijd heel erg in mee willen. Dus, dat is er voor mij wel aan de hand. En daardoor ja, geven we wel een beetje af op dat gezeur.

V: Maar waarom is dat gezeur?

N: Euh, het is een soort verdeelpot. Waarmee je, als je van school komt een soort van kaartje krijgt waardoor je erbij hoort. Dan mag je er gedeeltelijk in, wordt getest binnen die enorm gesloten omgeving. En dat zorgt voor een soort scheiding en mensen verdelen zich over de top en lager. En eigenlijk die hele pot van gesubsidieerd toneel, daarin worden mensen her en der mensen weer verdeeld en mogen mensen weer hun plek innemen en daar is iedereen dan ook heel blij mee,...en zo wordt het dan een soort netwerklanschap. En er wordt voortdurend over elkaar gespeculeerd {niet relevant vervolg}.

V: dus, het is een wereld en zich?

N: Ja. Zeker. En het is een wereld die heel ver van het publiek afstaat.

V: Waarom?

N: Al dat gezeik van dat netwerklanschap. Daar heeft het publiek toch geen hol aan? Die willen vooral een leuk avondje uit. Voor de mensen die in de wereldzitten is het hun bestaansrecht...maar of publiek dat herkent? Komen er wel mensen kijken?

V: Dus als ik het goed begrijp is Hamelt bij de Hallen niet opgezet als verwijt toch een overladen sector?

N: Mmm, misschien deels wel. Het zit er wel deels in verweven. Sommige acteurs brengen wel zo'n achtergrond met zich mee. Sommigen zitten echt ongewild zonder werk en dat vinden we dan met zijn allen echt erg. Maar misschien organiseert iemand zich ook niet goed genoeg. Wie weet. Maar toch is het wel een beetje de waan van de dag in die sector. En juist wanneer je er dan uitstapt zoals ik... dan zie je het pas. Wat een 'rare' wereld.

V: Maar zijn dit soort initiatieven daar dan een antwoord op?

N: Nee, zeker niet. Althans, dat weet ik eigenlijk niet. Voor ons is dit een leuke uitdaging. En ik denk wel, de gemeente wil heel graag...met al die braakliggende landjes...mensen aantrekken. Die willen dus wel. Want het staat ook wel goed voor hen. Maar, natuurlijk is het voor kunstenaars altijd goed om te kijken om te kijken of er alternatieve mogelijkheden zijn om iets te doen. Aan het begin hebben we een aantal spelregels opgesteld en we

besloten dat het begint bij het spel en dat je daarna pas bepaald wat je nodig hebt en wanneer je het niet kan betalen, dan kan het niet. En kwaliteit moet daar niet van afhangen. Moet niet verward worden.

V: Oke, goed,... ik grijp nog even terug naar een woord dat je eerder inzette: je gebruikte het woord tegendraads: dat dit een tegendraadse actie is. Staat dat stiekem voor 'doen waar jullie zin in hebben?'

N: Ja, exact. We doen waar we zin in hebben.

V: Leuk! Maar hoeveel tijd ben je er nu mee kwijt?

N: Op weekbasis? Al met al toch zeker 2 dagen...wel verspreidt, maar toch zeker twee. Je wordt met het organiseren erbij er wel redelijk overspannen van ha. En nu er een tweede variant komt, weet ik dat ik te laat ben begonnen dit jaar met voorbereidingen.

V: dus je bereid nu al voor...voor de tweede ronde. Maar dat lijkt dus te doen.

N: Nou nee, maar ik leer hier voortdurend te denken 'Is dat wel nodig?';. Die kritische vragen maken me alert. Ik leer er zelf ook van. Je kan veel weglaten. Moet wel.

Maar bepaalde dingen, zoals vergunningen, ja die moet je goed regelen.

En ik vond bij de hallen zo geestig dat je bij de Hallen....wat ik dus heb geregeld, een soort effect hebt dat je prosecco kunt drinken terwijl je bovenop een bouwput toekijkt. Dat vind ik wel hele mooie contrasten om op te zoeken.

V: Een mooie beleving!

N: Ja zeker, want je zit midden in de stad en je gaat wat moois zien, maar wel op die bouwput, en niet alles klopt...mensen doen maar wat. Lachen om elkaar, samen met het publiek...Je probeert juist in de combi's iets opzoeken.

En ook de PR, die is heel snel gedaan omdat je veel mensen kent. Dus je benut je netwerk.

V: En sociale media?

N: ja, en flyereren, en de buurt.

V: aha...en kwam de buurt?

N: Ja, de kwamen mensen uit de buurt. zij hadden voornamelijk van die Amsterdamse kranten. Dus vooral veel buurt dingetjes. En ja, er wonen hier veel kunstenaars in de buurt dus dat is wel een beetje makkelijk scoren. Wat ook wel weer spannend is want ze hebben dan weer een mening over de bewerking van Hamlet. Zij hebben dat nadrukkelijk meer dan anderen. Maar er kwamen ook veel andere mensen gewoon naar je toe en die vertelden dat dat ze ons hadden gesignaleerd in een van die buurt dingetjes, blaadjes enzo, dus ook dat lokale werkt gewoon. Misschien wel. En dat is ook oké want het is voor onze buurt. Maar ook zij gingen over het stuk praten. Dus niet alleen die kunstenaars. En dat was wel een leuk. Iedereen vond het toch wel geinig om iets van Hamlet mee te krijgen.

V: Had dat misschien ook te maken met de setting?

N: Tuurlijk...en die proceseco. En met een paraplu het terrein op mogen, wat normaal nooit mag omdat regels daar tot in het idiote toe worden doorgevoerd....dit voelde veel meer als ook van hen, het publiek bepaalde mee de regels. Dus als zij vonden dat het tijd was voor een paraplu...dan kwam die paraplu te voorschijn. Dat gaf dan weer een nieuwe dimensie aan de manier waarop het stuk beleefd werd.

V: En hoe kwamen jullie erbij om dit zo aan te pakken? Waar zijn jullie door geïnspireerd geworden?

N: mmm, nou ja, de Parade was natuurlijk ooit zo bedoelt. En dat werd steeds meer veel georganiseerder... dus daar lijken we toch echt niet op.

V: mmmm, nee, dat kan ik me voorstellen. Maar wat ik meer bedoel: waar hebben jullie echt door laten inspireren als voorbeeld?

N: Ah, sorry, nou ik denk, iedereen zegt Berlijn. Dat het voelt als Berlijn: Hamlet bij de Hallen voelt als Berlijn. En ik ben zelf heel veel in Berlijn geweest. En ik heb zelf niet heel erg die link gelegd. Maar misschien is het ook wel zo. Daar doen ze natuurlijk ook gewoon maar. Berlijn is toch echt een plek waar heel veel ruimte is...waar het overall kan gebeuren. Daar doen ze gewoon gekke dingen met rare landjes. Maar ja, in London doen ze dat ook veel. Alle

grote steden doen dat hoor, denk ik. In Amsterdam is het nog een beetje euh..dat staat nog een beetje in de kinderschoenen haha.

V: Waarom?

N: Nou omdat er weinig initiatieven zijn. Vooral op theatergebied. Je hebt dan wel het over het IJ festival...maar verder? De krakers...die kunnen het ook wel en daar kijken we ook dingen vanaf. Maar als je het hebt over initiatieven op braakliggende landjes...dan vraag je mensen, bijvoorbeeld aan een jongen die in Oost bezig is van joh: we willen in West wat dingen doen en dan gaat het heel erg langzaam. Het is ontzettend traag. Sommigen zijn echt ontzettend gebed in wat ze gewend zijn en kennen.

V: Maar de gemeente stond hier onmiddellijk open voor.

N: De gemeente wil dit zelfs heel nadrukkelijk. De gemeente heeft het zelfs geïnitieerd dat we het nog een keer gaan doen. Ze zijn naar ons toegekomen met de vraag wil je niet nog een keer en dan voor een langere periode dit komen doen? En dat hebben ze ook in Oost gedaan. Ze proberen het echt vol te krijgen. Maar de sector zelf is gewoon heel erg traag. Die zitten eigenlijk nog met hun billen in het theater zeg maar, en daardoor kom je mogelijk vooruit. Dus zo zie ik het van buiten.

v: En waarom was dit: Hamlet bij de Hallen dan een succes?

N: Dat weet ik niet haha. Dat kan ik niet zeggen want ik was te druk. En ik heb er ook niet echt over nagedacht. Ik denk dat we vooral goed waren in het mensen uitnodigen en erbij betrekken. Dat we alles goed hebben doorgelopen...wat er allemaal bij komt kijken. Stiekem hadden we heel wat expertise bij elkaar en daar kun je niet zonder. Anders had het nooit dit succes kunnen zijn. Wat ook werkte: omdat we stelden: we willen perse niet dingen zelf gaan betalen en daardoor moesten we wel heel goed zijn en er boven op zitten...anders kregen we het nooit gerealiseerd. Dat was wel een uitdaging. Dus we hebben wel zitten rekenen.

V: dus stiekem voelt het als een zeer plotselinge guerrilla actie maar achter de schermen....

N: Nou, ik ben het woord gaan opzoeken en guerrilla betekent: het is een goed uitgevoerde snelle mobiele operatie, dus het heeft niks met slordig te maken. Het is onverwacht en effectief en daardoor verstoort het ook dingen.

Daardoor verstoort het de gevestigde orde zonder slordig te zijn. En daarom is het een succes denk ik. Je verrast mensen aangenaam. En je verrast meerdere soorten mensen, de kunstenaars, maar ook andere mensen uit de buurt. Weet je, en wij hebben het natuurlijk gewoon gedaan. We hebben het gewoon georganiseerd...terwijl je gewoon ziet dat veel mensen met goede ideeën stranden in meteen de maren. En wij hebben het gewoon gedaan. En dat is wel leuk passend bij Hamlet want dat gaat natuurlijk over To Be Or Not To Be. Dus je zegt, ga ik dit doen of ga ik het niet doen. Ben ik iemand of ben ik niet iemand. Dat was voor mij ook het leuke aan dit stuk. Je zegt: gaat we dit doen of gaan we dit niet doen. En toen kozen we doen, en toen zijn we er kei hard voor gegaan. En dan had het vervolgens echt heel hard kunnen regenen. En niemand had kunnen komen...maar het regende niet, er kwamen veel mensen, en die kwamen dus. Je hoorde iedereen zeggen: daarom, om die drukte: die opkomst: het was een succes. Het was een vliegende vaart succes.

V: Mooi gekozen: 'een vliegende vaart succes' en kan dat succes ermee te maken hebben dat, het juist een succes was omdat het zo snel moest?

N: Dat vind ik echt een moeilijke vraag. Ja, want je gaat er over nadenken, waarin zit het hem dat nou: waarom zit het succes het in het net weer anders doen? En hoe doen anderen dat...er zijn steeds meer blogs waar juist die net weer anders projecten verzameld worden. En als je dat allemaal doet via dat medium, om je ding te promoten...waar ik op uitkom: we appelleren allemaal aan een bepaald gevoel: we willen iets nieuws uitvinden. We willen niet maximaal rijk worden maar we willen iets innovatiefs doen. We willen iets verbeteren aan de wereld. En willen voor zichzelf vrijheid behouden...en daarom vinden we ze altijd op plekken waar je ze niet verwacht. Dus... je kijkt dan toch meer af... ik bedoel, iedereen gebruikt de informatie die hij of zij heeft en ik ben dan altijd ook wel meer bezig met die innovatieve net anders dingen...en dat kan er dan toe leiden tot Hamlet. En ik denk dat dat ook iets is van deze tijd. We zitten, en dan heb ik het vooral over mijn eigen generatie, we zitten in een wereld die dicht is van

boven. En dan heb ik het voer een dik wolkendek. We kunnen daar helemaal niet voorbij. Dus die zo genoemde babyboomgeneratie moet dan andere dingen gaan bedenken. En sociale media is daar dan weer een ding van.

V: En dat was ook bij Hamlet het geval.

N: ja, en de buurt. En ik moet zeggend, dat sociale mediating: dat er dus altijd ontwikkelingen zichtbaar waren. Kijk, wij kozen eigenlijk ook juist precies voor vormen als sociale media, omdat de oude netwerken, theaterland voor ons niet werken. Dat zit dicht en daagt niet uit. Dus daarom is sociale media ook een mooi alternatief. En jonge bedrijfjes kunnen daar echt goed mee uit de voeten komen en daardoor publiek overtuigen dat de theaterzaaldrempel nooit overkomt. Maar waar het heen gaat... dat vraag ik me wel echt af. Wat moeten we nu met dat netwerk?

V: Nou ja, nu jullie Hamlet versie 2 gaan ontwikkelen kan ik me voorstellen dat jullie wel iets hebben aan het al verworven x aantal 'likers' op Facebook.

N: Ja, dat probeer ik ook echt heel goed zo te benaderen, hoe zijn we trots op wat we al hebben en hoe gaan we daar eervol mee om? Maar goed, we moeten ook beseffen dat iets als Buurtlink toch veel effectiever is dan facebook: op facebook zegt iedereen te komen en demonstreert dat naar elkaar, maar gevoelsmatig denk ik dat er 1 procent uiteindelijk van komt. Terwijl bij een burgerlijk iets als buurtlink mensen gewoon beter gaan lezen als ze geïnteresseerd zijn. En stadsblad en Echo, ook die leveren wat. Dus beseef, het is onderdeel ervan. Meer ook niet. En dan, dan moet je opvallen, lokaal opvallen, zoals het huiskamerfestival waar er in huiskamers opgetreden wordt. Dat valt op.

V: En wat valt er dan aan de hallen op?

N: Ja, dat is dan een goede vraag. Ik denk dat via sociale media het vooral werkte omdat bijvoorbeeld veel mensen van Paradiso meewerkten en dat maakt indruk. Hun netwerk raakte dan weer nieuwsgierig. En in de uitgaanssector, mensen die daar zelf werkzaam zijn, die waren toe aan iets anders. En hier in de buurt...om de kunstenaars viel het ook op. Ik denk dat dat het is. Dat het dus heel persoonlijk gestuurd is en dat het bereik niet heel veel groter dan dat is. Maar dat kan ik dus niet onderbouwen met cijfers of zo.

V: Grappig dat je dat zegt...dat is ook het lastige aan dit onderzoek: omdat het zo nieuw is, en juist underground en nauwelijks geïnstitutionaliseerd, worden dit soort dingen ook niet onderzocht...heel toepasselijk, maar lastig voor dit onderzoek. Dan toch ook de vraag: denk je dat de klassieke cultuursector hier iets van kan leren?

N: nou, dat interesseert me eigenlijk niet. haha. Ach, ze zijn hartstikke goed in hun eigen dingen dus ga zo door. Al raad ik natuurlijk ook mensen die in die sector bezig zijn, om ook te kijken naar grote steden. Want je woont in een grote stad en er is dus kennelijk ook heel veel mogelijk. Dus laat je inspireren door anderen hoe zij omgaan met ruimte...en dan, als je het weet, dan kun je echt heel snel iets realiseren voor heel weinig geld. Ook zo kan het echt, en iedereen genoot ervan: het voelt niet als werk. Het is leuk om te doen. Het is natuurlijk niet voor altijd, maar het geeft je even een soort relevantie....kijk, we vinden ons eigen plekje in die sector. En ja, ik geloof dat dat het vooral is naar de cultuursector....het is niet alleen omdat het moet maar het is ook leuk om te doen, en dan kan het ook zo.

V: Nou, dat lijkt me een hele mooie afsluiting

31 | 05 | 2012

Amsterdam

B: Bart Heerdink

V: Veerle Devreese

V: Introductie - en ik ben benieuwd of er lessen uit te trekken zijn voor de meer gevestigde culturele instituties.

B: Oke, wat grappig, dus waar denk je daar dan aan?

V: Nou, dat is eigenlijk de vraag die ik nu op tafel leg...open om in te vullen.

B: Ow haha. Nee, ik was me juist meer aan het afvragen omdat je de gevestigde sector...denk je dan aan grote merken?

V: Nee, excuses dat ik daar niet helder in was. Ik richt me echt op de culture sector. Denk er bijvoorbeeld aan: zouden musea anders kunnen gaan handelen? Dat soort zaken.

B: Grappig.

V: Maar goed, allereerst...herken je dat er iets gaande is? Of is het van alle tijden?

B: Ja precies, dat denk ik eigenlijk wel. Ik denk juist dat het van alle tijden is. Je gebruikte daarstraks zelf het woord happening. En dan denk ik...je hebt natuurlijk een soort van standaard museum, maar wat ik dan interessant vind van dit onderzoek: wat zijn de kaders van een pop up. Want als je bijvoorbeeld in een museum, of de stadsschouwburg of wat wij doen in het Designhuis...Of wat we voor de reeks presentaties Masters of Amateurism over allerlei verschillende locaties hebben gedaan, dat zou ik persoonlijk meer omschrijven als een....

V: Als een lezingenreeks

B: Juist, als een lezingenreeks of een evenementenreeks inderdaad. Dus in die zin is het heel interessant om te bekijken wat is dan exact de definitie van pop up. Want ik kan me voorstellen dat voor de cultuursector dat veel moeilijker is om die definitie te omschrijven dan voor een retail,....want dan begin je gewoon een popup store en die is er drie weken en daar heb je dan je sample sales en je laat je bijzondere collectie zien of...Dus dat onderscheid vind ik wel heel interessant en daarom lijkt me juist jouw onderzoek heel erg belangrijk.

V: Dat is ook heel leuk, maar ook echt heel lastig....en daarom heb ik gekozen voor een heel verkennend onderzoek waarbij ik ook via deze interviews benut om uiteindelijk een definitie te gaan formuleren. Maar dan zweef je bijvoorbeeld tussen performance en een festival....

B: Het is een grijs gebied eigenlijk.

V: Op dit moment nog wel ja, misschien ontwikkelt zich dat nog meer helder. Maar wat jij bijvoorbeeld noemt; die lezingenreeks: dat zou ik dan meer bijvoorbeeld uitleggen als een 'les' of voorbeeld waar meer gevestigde instituties zich door zouden kunnen laten inspireren. Dat is dus niet pop up volgens mij

B: Nee, inderdaad zo zou ik hem ook niet definiëren. Dat biedt juist de toekomst. Maar hij zou wel die richting in geslagen kunnen worden, want je bent op dit moment dus een soort van grijs gebied aan het verkennen en benoemen...en dat lijkt me dus ontzettend moeilijk.

V: Maar herken je het wel?

B: Nou, laat ik weer even terug komen op die lezingenreeks, die is vaak een combinatie van een wat serieuzer lezingengedeelte en een wat vrolijker gebeuren daar omheen.

V: En wat is dan het vrolijke gebeuren? Wat omvat dat?

B: Nou, bijvoorbeeld in het geval van guerrilla gardening dat je gezamenlijk zaadbommen gaat maken. Of dat een locatie daarop wordt ingericht maar dat je later met zijn allen de straat op gaat en lekker gaat guerrillagardenen...

V: En waarom doe je dat?

B: Nou, vanuit hier, Prensela, is dat onderdeel van onze doelstellingen. En als we dan nu dat pop up gaan definiëren als iets dat niet te geïnstitutioniseerd moet zijn, en niet te lang en kortstondig...dan denk ik dat Prensela dit vooral doet vanuit commerciële overwegingen...We zitten dit in om een jongere doelgroep aan ons te binden. Dat is the main thing zeg maar.

V: En werkt het?

B: Ja, de projecten voldoen altijd wel aan de resultaatverwachtingen...we werken altijd met een voorcalculatie van resultaten en effecten enzo en ja, ik heb het idee dat mensen er altijd wel weer heel vrolijk van worden.

V: En wat werkt dan precies?

B: Ik denk het verrassingselement wat er altijd in zit. Daar zorgen we wel voor.

V: Want mensen weten bijvoorbeeld niet wat ze krijgen?

B: Nou, als we dan even doorborduren op dat guerrilla gardening...we zijn toevallig heel goed bezig met de volgende...pop-up installatie van een soort golvend landschap dat e gaan opbouwen in het designhuis. Maar sorry, wat was je vraag ook al weer?

V: Wat verrast mensen? En weten ze vooraf wat ze krijgen?

B: owja, nou, als je onderzoek doet naar guerrilla gardening dan weet je natuurlijk wel ongeveer wat je kan verwachten, maar wat we dan op Lowlands hebben gedaan bijvoorbeeld...maar doordat het zo laagdrempelig is, maar niet te kinderachtig...dat is het een beetje. Het is kortstondig, laagdrempelig en niet dat je het idee hebt dat je daar zit als een soort kleuter...ik denk dat dat ook heel belangrijk is voor een pop up. Misschien dat je over tien jaar niet meer kan aankomen met een guerrilla installatie in een museum of waar dan ook...dat mensen het niet meer hebben, maar een jaar geleden was het wel zo'n ding dat in een keer zo oppopte...en je moet die opkomst natuurlijk plaatsen in een maatschappelijke context: mensen zijn heel erg bezig met sporten, met gezondheid, met groen, met koken, denk aan al die chefkoks, en dat is allemaal een beetje uit het geitenwollen sokken hoekje gehaald en dan, op een gegeven moment is het mainstream en ja, dan is het ook niet meer geschikt voor een pop up

V: Dus je denkt dat misschien wel alles 'oppopbaar is' maar om het een succes te laten zijn moet je ervoor waken dat het onderwerp actueel is.

B: En jong en fris...tja, pop up voor bejaarden, waar zou je dan aan moeten denken...dat is toch moeilijker haha. Misschien een naaiatelier of zo... nee want dat is voor hen dus juist niet pop up...we moeten dan weer voor hen iets uit het geitenwollensokken hoekje zien te trekken. Ik zou misschien pop-up omschrijven als...

V: Maar misschien is het ook wel iets dat alleen aansluit bij jonge mensen?

B: Ik zou een pop up inderdaad... ja, want we hebben nu eigenlijk al twee soorten definities...je hebt een definitie die aansluit bij een performance happening achtig iets...en gewoon iets wat je gewoon doet op een bepaalde locatie tijdelijk.

V: En dan kun je daar nog andere factoren aan toevoegen: zijn mensen van te voren op de hoogte bijvoorbeeld. Bijvoorbeeld bij guerrilla theater kan het zo zijn dat je onderdeel vormt van een performance zonder dat je dat aanvankelijk doorhebt, maar bij pop-up theater weet publiek dat ze zich naar een bepaalde locatie moeten begeven, om als publiek te kunnen fungeren. (V besef: misbruik term guerrilla)

B: En waarom is dat dan een pop-up voor jouw idee? Omdat het niet in de gebaande paden zich bevindt?

V: Precies, het gaat om locatietheater en ook dan nog is het een verrassing van wat je zult krijgen.

B: Mmm, dan doet het me denken aan de projecten die ik voor Prensela ontwikkel en dat is natuurlijk dan een vorm van misbruik. Dat mag je natuurlijk niet zomaar zeggen, maar eigenlijk is het een soort misbruik maken van. Omdat je zit natuurlijk in Prensela. Je zit in een instituut, en je gebruikt al die tools zeg maar, die een soort voorwaardes zijn voor een pop up event, maar eigenlijk zijn de events die ik organiseer dat niet natuurlijk. Je bent gewoon bezig om mensen aan je instituut te verbinden via de gebaande paden.

V: Maar moet je perse een 'maker' zijn om een pop up te kunnen initiëren? Dus, meer omvattend verwoord: wie doen het, pop-ups initiëren?

B: Ik zou persoonlijk, als ik naar een pop-up iets zou gaan, dan zou ik persoonlijk toch naar een iets experimenteels iets gaan. Niet van Premsele, Nederlands instituut van Design en Mode gaan....dat guerrilla gardening hebben we bijvoorbeeld opgezet vanuit een onderzoek 'Masters of Amateurism' een presentatierreeks en dat was eigenlijk ook een soort 'submerk' creëren zodat je een soort opening creëert voor een meer experimenteel karakter omdat je dat heel moeilijk als instituut kan verkopen. Terwijl, nu hebben we dan ook een Designhuis....dan neem je dus een beetje een experimenteel karakter aan door een soort subtitel die je dan...en daardoor werkt het denk ik dan weer wel.

V: Oke, mmm, ik wil daar zo beter op ingaan, maar ik denk ondertussen toch ook nog even terug aan het woord misbruik...ik zou graag nog iets meer verhelderd willen hebben wat je daarmee bedoelt.

B: Nou, misschien was dat niet een al te best gekozen woord. Maar, je doet je in principe als instituut, doe je even net alsof je iets anders bent eigenlijk.

Je probeert dan door zo'n subcategorie te creëren: masters of amateurism of Guerrilla Gardening op Lowlands probeer je te laten zien dat je een soort niet geïnstitutionaliseerd bent en wel experimenteel en jong en hip. Terwijl achter de coulissen is het gewoon een groot projectplan met resultaten en effecten en alles....

V: Maar de letterlijke betekenis van guerrilla is dat het 'lijkt' zomaar ergens te gebeuren maar het is achter de schermen enorm gedegen voorbereid. Dus in die zin...

B: Tja guerrilla, tja het zijn kleinschalige acties inderdaad,

V: En die, gekoppeld aan oorlogstheorieën, worden ingezet om de grote alomvattende oorlog te ondersteunen...dus eigenlijk, Premsele als dat laatste te beschouwen, wordt er uiteindelijk beter van.

B: Precies...eigenlijk is het het tegenover gestelde. Dat Premsele aan tegenovergestelde activiteiten doet...dat is eigenlijk heel raar. Als je het heel sec bekijkt.

V: Maar als je dat doortrekt naar wat ik aanvankelijk al kort toelichtte rondom dit onderzoek en dat ik graag een antwoord zou willen kunnen formuleren of de meer gevestigde cultuursector hiervan kan leren, dan zou je inderdaad kunnen zeggen dat ze dus voor subcategorieën kunnen kiezen. Premsele is immers ook een instituut.

B: Ja, en we hebben het dus al gedaan, dus dan zou je dus kunnen zeggen: wat heeft het je als instituut opgeleverd.

V: Daar ben ik benieuwd naar.

B: Tja, ons doel was: je bindt een andere doelgroep aan je. Dat is ons gelukt hiermee.

V: En ook andere doelgroepen?

B: Ja jongeren, en breder geïnteresseerden. Een guerrilla activiteit is dan toch iets waar je makkelijker als gewoon bezoeker instapt. Je verlaagt de drempel voor cultuurparticipatie.

V; Oke, dus jullie zagen dat er een jonger publiek op af kwamen.

B: Zeker. Denk aan Lowlands!

V: Maar, dan vraag ik me vervolgens af: weet dat publiek jullie vervolgens ook nog te vinden? Of zijn het eenmalige deelgenoten.

B: Pfff. Lastig. Ik denk dat wat we op Lowlands hebben gedaan...dat mensen helemaal niet onthouden hebben dat het Premsele was die dit heeft geïnitieerd. Maar ze hebben wel iets meegekregen van Guerrilla Gardening en dat was ook een doel. Het is niet enkel de bedoeling om alleen maar Premsele te branden, maar wel om de activiteiten en thema's waar Premsele voor staat in een positief daglicht / opvallend daglicht te plaatsen. En vervolgens is het voor die thema's weer gunstig als je ook Premsele onthoudt omdat wij die thema's en de daarbij behorende sector ondersteunen. Dat willen we meegeven. Maar of dat op Lowlands is gelukt.

V: Maar jullie activiteiten leeft onder het Lowlands publiek wat toch ook veel veel studenten zal bevatten natuurlijk minder. Jullie zijn er voor de sector.

B: Nee, juist, dat neemt niet weg dat we er veel hebben bereikt en de sector in de picture hebben gezet maar wat we nu bijvoorbeeld doen met het Designhuis in Eindhoven...dat leent zich daar veel meer voor. Daar zijn we net pas mee begonnen en dat is dus eigenlijk nog een beetje afwachten. Wat we nu bijvoorbeeld doen is we hadden een gat van een maand tussen twee langdurige exposities in. De Etende Mens komt er aan. Maar nu dus een maand niets.

Toen hebben we besloten om juist publiek in die ene maand binnen te halen, om hen te verrassen en hun daardoor aan te moedigen om later bij een langdurige expositie terug te laten komen. Eigenlijk is de insteek dus soort van dubbel. Aan de ene kant is het echt...het is namelijk echt een pop up - de insteek is aan de ene kante zorgen dat je wat hebt: dat je open kan. Maar aan de andere kant ook echt mensen triggeren om mensen terug te laten komen bij het Designhuis als de tentoonstelling er uiteindelijk is. Dus we zullen zien of dat ook zo werkt. Ik zal je daarover op de hoogte houden. Maar dat is dus een beweegreden om zo om te gaan met tijdelijke - oneerbiedig gezegd - vulling. En inderdaad en gewoon een jongere doelgroep aan je binden. En ik denk dat dat dus geschikter is bij een vastere plek als het Designhuis, om te doen, dan als Prensela op Lowlands of zo. Want mensen kunnen niet naar ons terug keren...buiten onze website dan. Dat is natuurlijk moeilijker te meten terwijl bij het Designhuis kun je de lijnen veel directer zichtbaar maken.

V: Grappig dat je kiest voor het woord 'vulling' want je kan,-

B: Ik ben wel heel eerlijk inderdaad haha. Maar ja, dat is ook een soort pop up uit nood....

V: Ja, zoals bijvoorbeeld ook Temporary Stedelijk.

B: Precies. En natuurlijk ook die Bouwkeet van het Stedelijk. Dat is natuurlijk ook Pop Up. Wat een leuk onderzoek dus! En waar ik nog aan denken moest: ik heb dit boekje voor je meegenomen: van Platform 21. Je moet dit maar eens goed doorkijken want daar staan ook nog ideeën in hoe er gedacht werd om mensen via experimenten ergens bij te betrekken. Wat ik uiteindelijk voor Prensela doe heeft hier nog best veel overlap mee. Dus ik denk dat hier niet wat waardevoels tussen kan zitten. Helpt bij je onderzoek naar die grenzen...wat is wel en niet pop up. En ik weet ook niet of je dan dat grijze gebied helemaal precies moet gaan benoemen....dat kan dan ook snel een valstrik zijn. Want ik heb hier bijvoorbeeld zelf voor Prensela onderzoek gedaan naar de relatie tussen Design en Amateurisme en dat zou ook een beetje in die categorie van grijs gebied kunnen vallen. Maar je hebt dan heel snel dat je die valkuil van amateurisme wil gaan benoemen terwijl je dat dus eigenlijk niet moet gaan doen omdat je dan dus dingen in hokjes gaat plaatsn terwijl je je juist het doel hebt om, in mijn geval, de designwereld open te breken. Want ik weet niet hoeveel je je daarop zult focussen: die definitie?

V: Het moet wel, het lijkt nog een onmogelijkheid, maar het moet wel.

B: Nou, dat kan ik me voorstellen, maar ik zou het wel echt open proberen te laten.

V: Ook als statement....en dat doet me er aan denken dat we nu eigenlijk nog niet zijn ingegaan op dat amateurisme in relatie tot pop up. Want ook bottom up gebeuren er dingen, zijn er initiatieven, toch? Zie jij op Designvlak ook dat soort initiatieven?

B: Mmm, je hebt natuurlijk veel. Ik denk nu direct aan Hacking Ikea, dat kan je?

V: hmmm, mensen gaan hacken en pimpen e experimenteren met Ikea ontwerpen en er een eigen draai aangeven.

B: Precies, en wat het bijzondere daar ook aan is, je kan het delen met allerlei communities...uitwisselen: dus dat geeft een ontzettend hoge vlucht.

V: Maar dat is een digitaal component, kun je ook analoge uitwerkingen? In onze omgeving?

B: Nou, wat je ziet: dat digitale veld dat creëert dat je natuurlijk veel meer contact met elkaar hebt. Die online wereld en de tools die daar zijn en die veel online mogelijk maken, die bevorderen dus een experimentele attitude....Door dat uitwisselen worden ook anderen daar toe aangezet. En dan krijg je van die jonge hippe breisters die overal in de stad breiwerk achterlaten. Die attitude bevrucht elkaar. Dat wordt ontzettend aangezwengeld door de tools. Je hebt instructables....Daaruit blijkt dat mensen het steeds meer zat zijn om een kant en klaar product aangeleverd te krijgen en dat is dan wel weer pop-up. Mensen vinden het steeds leuker en belangrijker om zelf ook dingen te maken en mee te doen.

V: Er deel van uit te maken

B: Precies, en dan mag er wel een theoretisch zwaarder stukje tussen zitten denk ik, maar mensen vinden het vooral ook superieur om naar iets dat gaan dat niet helemaal af is en daardoor heel laagdrempelig ook verrast en uitgedaagd worden, alleen al dat je zelf ergens je stoel door het zand moet gaan slepen. En je hebt natuurlijk ook nog wel een

categorie van mensen die wel het liefst een kant en klaar product willen. Die zullen ook altijd blijven. Maar ik denk wel dat er een tendens is dat de meesten veel meer.....

V: Maar waar komt dat zelf willen doen vandaan?

B: Ik denk dus door de online zichtbaarheid. Facebook / Bloggen. Al dat soort dingen. Dat creëert uitwisseling. Creatieve uitwisseling en dat stimuleert elkaar en dat is een positieve...

V: Want, je zegt: enerzijds willen we niet meer kant en klaar, maar anderzijds willen mensen ook wel weer die totaalbeleving: juist nog die theorie en daarna nog zaadbommen maken en mee guerrilla gardenenen.

B: Zo kun je het ook zeggen. Precies...Maar dat je niet ergens binnenkomt en dat je moet gaan zitten en dan gaat men voor je ogen los en dan consumeer je passief onderuit. Velen hebben niet meer de wens dat iets naar je toegezonden wordt en dat je vervolgens weer weg kan. Niet dat eenrichtingsverkeer zoals kijken naar de televisie. Bij onze generatie, die staat veel meer voor open voor uitwisseling. Dat is dan weer ingegeven door die sociale media. Het Web 2.0 waardoor uitwisseling steeds 'maximaler' - maar waar gaat het heen - gegenereerd kan worden. Ik denk dat dat zeker een extra boost geeft.

V: Dus je beaamt de hypothese dat juist digitalisering en de daarbij behorende maatschappelijke impact tot gevolg heeft dat er juist weer meer behoefte is aan analoge uitwisseling?

B: Ja, ik denk dat je daar zeker een punt hebt. Dat hoort zeker bij Pop up. Ik denk dat het daarom extra om die gebaande paden om moet. Je kan eigenlijk als je het goed aanpakt, kun je eigenlijk net als een instituut, net zoveel bekijken maar dan zonder een heel instituut achter je te scharen. Je kunt veel meer zelf. En we denken vooral veel meer zelf te kunnen en het niet aan anderen te hoeven overlaten. dus persberichten schrijven, de hele communicatie...dat kun je tegenwoordig allemaal zelf. Je kunt het overal opzoeken. Je weet je weg te vinden: we weten gewoon veel meer zelf. En voor je het weet heb je je eigen pop up event gebrand, gecommuniceerd.

V: Dus er is steeds meer mogelijk voor Do It Yourself

B: Zeker. En vergeet daarbij de online tools niet. Dat is natuurlijk, dat wanneer je zo'n pop up cultural event begint, dan moet je natuurlijk nadenken over vormgeving, huisstijl, beeldmateriaal...aan dat kan tegenwoordig allemaal zelfstandig. Vroeger had je daar van boven af zou dat alleen maar uitgevoerd kunnen worden en nu kan dat allemaal bottom up. Je kunt bij wijze van spreken een heel festival vormgeven, organiseren. Denk aan een open source festival. Dat was ook een voorbeeld van een gezamenlijk, via social media kan je je inschrijven. Maar super boeiend, dit onderzoek!

V: En van andere orde, ter afsluiting gezien de tijd, gemeentes, zijn die ervoor?

B: Gemeentes moeten wel nu. Denk aan Amsterdam, al die braakliggende terreinen. En zo'n Post CS gebouw, wat op het punt stond...waar ze een paar jaar niets mee konden. Die hebben ondertussen ook echt het bewustzijn en de voelsprietten dat er types zijn die daar wel iets voor een gebied kunnen bereiken. Dat ze daarmee als gemeente resultaten bereiken ten gunste van het gebied...en dat zowel het imago als het gevoel dat inwoners bij een gebied hebben upgrade...dus ja, gemeentes zijn wakker geworden.

V: Bon, tijd om af te ronden. Veel dank....

14 | 05 | 2012

Amsterdam

J: Jurgen Hoogendoorn

V: Veerle Devreese

V: Introductie onderzoek.

J: Ik heb in die zin te maken gehad met cultuurbeleid dat ik aan het eind van de jaren negentig aan de wieg stond van het broedplaatsenproject. En wat daarna gebeurde was eigenlijk dat ik zei dat kunstenaars en krakers op een eigen wijze goed waren in het stellen van kritische vragen. En dat doen ze dan op, sociaal cultureel en sociaal economisch vlak. Alleen toen was de ecomie sky high, dus op economisch vlak kun je nu zeggen: innovatie is gearresteerd eigenlijk, zo ook het hele broedplaatsidee. Terwijl het ook ging om dingen uitproberen, kunst maken...maar goed.

V: dus de benadering was vooral economisch?

J: Die is vooral verschoven...nou ja, broedplaatsen bleken dus ook heel veel euro's op te leveren. Dat vind ik eigenlijk een beetje jammer. Want ik vind, dat als je innoveert dan moet je ook de ruimte hebben om te mislukken. Want bij dertig procent succes zul je ook 70 procent mislukkingen nodig hebben. En, toen heb ik me er een hele tijd niet meer mee bezig gehouden. Ik vond het op een gegeven moment ook wel heel erg geïnstitutionaliseerd worden hoor. Terwijl ik dan weer denk op een gegeven moment: oké, het is een project, tijd om er weer mee te stoppen. Toen heb ik me weer gericht op andere projecten binnen het ontwikkelingsbedrijf. Binnen het ontwikkelingsbedrijf houden wij ons bezig met de ontwikkeling van de stad en wel in die zin dat wij bouwrijp projecten afleveren. En het is steeds mijn taak om te bedenken, hoe kunnen we nu op een slimme / creatieve manier aan geld komen en hoe kunnen we op een andere manier omgaan met de regels van de stad. En ik ben gaan kijken naar meerwaardemodellen bij braakliggende terreinen. Mijn collega's waren, gevoed door de crisis aan het rekenen, hoe gaan we dat aanpakken met die terreinen, en toen stond ik aan de wieg van de publicatie: kaart van braakliggende terreinen. Maar meer dan dat: ik ben ook in samenwerking met privaat publiek netwerk zijn we bezig met het kijken naar ideeën voor braakliggende terreinen. En de inzet. De inzet van sociale media. Ik stelde de vraag: hoe kun je met de inzet van sociale media, en eigenlijk ook snel beleid kunt ontwikkelen en snel tot uitvoering kunt komen. Nou ja, omdat we door de crisis we ook als systeem daar een beetje aan voorbij gaan, ben ik op excursie naar Berlijn gegaan, omdat die stad al tien jaar failliet is. Berlijn is als stad, als overheid, als gemeente, is het al tien jaar failliet, sinds 2000 om precies te zijn. Voordien was het een hele leefbare stad. Dus ik heb daar heel erg goed gekeken van euh... ook trouwens een pop up city! maar ik keek ernaar: hoe gaat men om met krimp en hoe houdt je het een fijne stad terwijl de stad failliet is...en wat doe je bij leegstand en braakliggende terrein. En het interessante daar is: dat de nood zo hoog is, dat men niet in de comfortzone zit van geld. En dus men creatiever moet zijn. Ik zeg nu ook vaak bij braakliggende terreinen: er is geen geld dus dat is dan niet het probleem. Geld frustreert dan maar. Maar, om door te gaan richting jouw kwestie: op die braakliggende terreinen kunnen tijdelijke dingen plaatsvinden. Dingen van een dag, tot tien jaar bij wijze van.

Door al het nadenken over dat soort dingen op elkaar gestapeld...zag ik de kracht van broedplaatsen, zag ik de kracht van kunstenaars en mede onder invloed van internet en it technologie is de kracht in de samenleving veel groter geworden.

V: Want?

J: Mensen vinden elkaar veel sneller. Zoals braakliggende terreinen: het is zo'n community die elkaar vind en op de been houdt. En het verschijnsel pop-up...daar ben ik eigenlijk, weer, opnieuw, net als toen bij het broedplaatsenbeleid, ben ik weer in de underground, in de niet formele wereld gedoken, van burgerinitiatieven, van kunstenaars, van stadslandbouw, van guerillagardening, dat zie je trouwens echt heel veel, ik heb ze zelf ook nog

gegooid: die zaadbollen, bloembollen planten bij glamourmanifest vorige week, allemaal dat soort pop up dingen, die zie je steeds meer, omdat de kracht in de samenleving op die manier erg duidelijk wordt.

V: is dit ook een uitgangspunt voor het Ontwikkelingsbedrijf Amsterdam?

J: Zeker... omdat de kracht in de samenleving zit. Geld is niet ons belangrijkste kapitaal. De mensen die in de stad wonen... zij zijn dat kapitaal... daarmee moeten we het de aankomende jaren mee doen. Dus ik ben voortdurend bezig met bewonersondernemingen, pop up, tegencultuur, guerillagardening,

V: Dus de stad benadert die ontwikkeling vanuit een maatschappelijk perspectief? Niet een economisch?

J: nee, maar is niets doen een optie? Als er ergens een hectare grond is, je zet er een hek omheen en je gooit er een hond in en die laat je daar een jaar zitten... dan kost het je minimaal 15 duizend euro per jaar, per hectare, dus het is geen verdienmodel, maar het is een kostenreductiemodel. Maar van bewoners vragen we dus geen geld.

V: Oke, maar er zijn nog meer economische benaderingen te bedenken waarom pop-up aangemoedigd kan worden: citymarketing bijvoorbeeld.

J: Nee, het is feitelijk heel simpel. De mensen in deze samenleving hebben plaats gemaakt om de stad door te stoten in de vaart der poorten. Door economische ontwikkelingen moesten er nieuwe gebieden ontwikkeld worden. Dure woningen etc. daarvoor hebben mensen plaats gemaakt door hun woningen te verlaten, hun sportvelden op te geven, de volkstuinen op te ruimen.... en vervolgens, door de crisis, gebeurt er niets meer met die stukken terrein. En nu, als gemeente is het onze taak, van goed fatsoen, om dat dan weer zo goed mogelijk terug te geven. En bovendien, als je terug geeft... dan blijft het in ieder geval gezellig in die stad. En dat staat hoog in het vaandel. Want als je braakliggende terreinen braak blijven liggen, vooral in verloederende gebieden, dan heeft niemand, vooral de buurt daar iets aan.

V: dus de drijfveer bij keuzes zijn de stedelijke bewoners.

J: De stedelijke samenleving. Ook de ondernemers kunnen dat zijn. Want je ziet bijvoorbeeld op de Ceuveld Volharding in Noord, dan zie je dat daar het braakliggende terrein op een hele manier gehackt is en dat ze daar een tijd lang hele leuke dingen gaan doen. En wat me opvalt ten opzichte van 15 jaar geleden, is dat alles vervaagd. Architecten worden kunstenaars, of worden procesbegeleiders, kunstenaars worden stadslandbouwers... Van alles door elkaar.

V: Dus, makers willen heel veel mogelijkheden om van alles te kunnen zijn en eigenlijk zeg je dat daar de ruimte moet zijn.

J: Ja, en de mogelijkheid om nieuwe dingen te creëren. als ik terugdenk aan jouw mail waarin je om dit onderzoek verzoekt en context biedt, toen dacht ik van, je kiest er dus voor om richting de culturele sector te manoeuvreren, maar let op, het gaat niet alleen over de culturele sector. Die is meteen heel breed. Want ik ken heel veel kunstenaars die ook ruimtelijk geïnteresseerd zijn in beeldende kunst, maar je hebt ook heel veel kunstenaars die heel multidisciplinair wars door alles heen werken.

V: Maar pop up biedt ruimte voor: voor al die verschillende benaderingen.

J: Zegt de naam Camilla Henson je iets? Zij is een actrice die werd ingehuurd, en ze werd procesbegeleidster als acteur, daar verdiende ze geld mee, en tegelijkertijd werd ze occupeer. Hier in Amsterdam. En ze organiseert Into The Great Wide Open.... dat soort dingen. Kortom, de doet allemaal dingen door elkaar. En een vriendin van haar trof ik weer te Hamlet bij de Hallen... en dat is natuurlijk een prachtig pop-up voorbeeld. Het is een statement, het is een succes. Het is gebruik. Het is meerwaarde creëren.

V: Grappig, want ik heb met een van de dames van Hamlet bij de Hallen gesproken en vroeg dat: of het bedoelt was als protest, omdat ik het een jaar geleden ook zo interpreteerde. Zij ontkrachtte dit echter.

J: Nou, ik heb meegelopen bij de Mars der Beschaving, en toen was het klimaat zo cynisch in Nederland. Dat een heleboel mensen, 'Ik kan er ook wat aan doen'.

V: Oke, maar ik grijp nog even terug, want waar komt het vandaan dat al die grenzen vervagen, dat iedereen actief wil zijn op allerlei vlakken?

J: Nou, dat heeft volgens mij te maken...en dat is een diepe filosofie hoor..daarbij hoort de naam Zygmund Bouman...

V: jaja

J: Ken je hem?

V: Ja, althans, ben bekend met zijn ideeën dat de wereld vloeibaar is...

J: Ja, kijk, voor de industrieel revolutie woonde je in een dorp en dan regelde je het met elkaar. En sinds de industriële revolutie is alles enorm arbeidsspecialisatie geworden. Dus alles werd in steeds meer kleine hokjes gestopt. Vandaar dat je nu busjes ziet rijden met 'voegkitters'. Ik bedoel...zeer gespecialiseerde partijen. En dat werkt allemaal niet meer. Dus, Zygmund Bouman zegt daar een aantal hele interessante dingen over. En Adam Smith natuurlijk...de grondlegger van het kapitalisme. Het zit allemaal in de hoek van arbeidsdeling. De samenleving is nu zo complex geworden, dat er geen gestandaardiseerde antwoorden en oplossingen meer zijn. Dus mijn adagium bij die braakliggende terreinen is ook 'Tijdelijk is het nieuwe permanent, en experiment is de structurele vorm. Niets kan meer met standaard oplossingen worden opgelost. Het is altijd op tijd gebonden improvisatie.

V: Waarom tijdgebonden?

J: Omdat euh...Govert Derix filosoof, heeft daar een mooi essay over geschreven. Naar relationele planologie, en dat gaat over de ruimtelijke ordening. En dat gaat over tijdelijkheid. hij zegt: alles is tijdelijk.

V: Maar dat begrijp ik. Alles is tijdelijk. Over een range van een miljoen jaar zijn zelfs Middeleeuwse kastelen tijdelijk.

J: Maar goed, dat is waar, maar nu gaan de ontwikkelingen zo snel dat, een ingebouwde omgeving...of je bouwt iets zo dat er over verschillende decennia verschillende dingen in kunnen gebeuren, of je bouwt het zo licht dat het zo weer weg kunt halen. De snelheid, dat is heel moeilijk om te zeggen. Aan de ene kant zijn het de snelle dingen. Aan de andere kant vertragen dingen ook heel erg. Globaal versnelt het, en lokaal gaat het weer veel meer om rust, om authentieke identiteit, lokaliteit...

V: En hoe passen pop-ups dan in dat plaatje?

J: Ja, dat is een goede vraag. Omdat het draait om cultuur snuiven op excentrieke onverwachte settingen. Je had van de rave parties hier he... in de stad Amsterdam. Van die parades, kleine loveparades, illegale housepartijen...allemaal pop ups. Maar, laat ik het zo zeggen, het komt door de crisis...ruimte is niet het probleem. Er komt genoeg leeg te staan en genoeg braak te liggen. Pop ups kunnen een fenomeen zijn die daar gebruik van maken en die daarin het dilemma aanscherpen. He, jongens, wat doen we met die ruimte en kijk eens wat we er allemaal mee kunnen? De broed en theaterstraat in Amsterdam Oost. Ken je dat?

V: Nee, het opzoeken waard?

J: mooi project, zeker het opzoeken waard. Het zit in een nieuw winkelcentrum waarvan de ene helft, die straten af is, maar nog niet in gebruik genomen kan worden omdat de andere helft nog niet af is...door de crisis vertraagd. En kijk ook eens bij placemakers. Dat zijn allemaal dat soort. En glamourmanifest...Dat kende je he?

V: Ja, van de guerillagardening.

J: Dat is ook allemaal pop up. Zef Hemel zegt daar iets moois over: is het architectuur, is het theater, is het kunst? Is het stedelijke vormgeving? Ik zou het niet kunnen zeggen, maar het werkt.

V: Maar hoe past dat dan in de twee werelden waarin enerzijds alles versneld en anderzijds er wens is naar vertraging en lokale orientatie? Hoe past het daarin?

J: Maar misschien...pop up dingen zijn... zijn in die zin voor mij 'customade tijdelijke oplossingen voor iets'.

V: Ja

J: Voor een bepaalde behoefte.

V: En is dat een bepaalde behoefte van makers, of bewoners...?

J: Dat is een maatschappelijke behoefte. Wat je ziet, in de jaren tachtig hadden we ook een crisis. Toen was er ook veel ruimte en die werd toen gekraakt en dat kan nu niet meer. Toen er gekraakt werd is er ontzettend veel gerommeld en gefeest en het was heftig en wat het vooral was, een hele experimentele tijd wat veel opleverde..en

Uiteindelijk heeft dat ook resultaten voor vandaag de dag opgeleverd die omgezet konden worden in een economisch model. Bijvoorbeeld creches, of Artsen Zonder Grenzen....en de hele creatieve industrie, de mensen die vaak nu succesvol zijn, die zijn voortgekomen uit...

V: die manier van denken toen..

J: juist.

En dat kan je niet van te voren framen...door te zeggen: we willen er dat uit hebben of zo. Het is meer een soort maatschappelijke zoektocht waarin de pop up zich als de meest kortstondige vorm manifesteert. Een zoektocht die in ieder geval leuk en prettig is en misschien iets oplevert maar wat je nu niet al kan zeggen. Maar hoe dan ook zeer zeer waardevol.

V: Wacht heel even. Daar ga ik zo op in, maar ik grijp eerst nog even terug want je noemt de jaren tachtig en dat er toen ook veel pop ups waren, dus je stelt: het is niet een fenomeen exclusief van deze tijd?

J: nee, je noemt het alleen anders. Ik zat vroeger in een band en nou ja, een optreden met die band is ook een pop up.

V: Maar bij een patroon zit er een patroon in. Je treedt niet eenmalig op.

J: nee, zeker niet, maar elk optreden is wel weer uniek. Dat is wel zo.

V: haha, zeker, maar meer om even te duiden, te zoeken naar een duiding van het begrip pop up, dan onderscheidt zich dat omdat het een eenmalige gebeurtenis betreft.

J: Ja, misschien heb je gelijk. De Loveparade was destijds ook bedoeld als een eenmalige happening met een wagentje en een gettoblaster erop. Maar dat is uit de klauwen gegroeid.

V: Dat zie je vaker terug, dat ze eenmalig bedoeld zijn, maar de neiging hebben zich te institutionaliseren.

J: juist te institutionaliseren. Ja dat klopt. En dan is Berlijn natuurlijk weer een mooi voorbeeld want de Loveparade, daar liepen eerst een paar mensen achter de speakers aan en daarna institutionaliseerde dat. En er zit dan op een gegeven moment een industrie, sponsors en een verdienmodel achter en,-

V: Is dat een gevaar?

J: Euh...nou ik zou dat niet zo willen noemen. Het is een fenomeen dat zich voor kan doen. Denk aan koninginnedag in Amsterdam...wat begon met feestjes van de mensen uit de stad maar uitdraaide tot een groot gereguleerd Radio 538 plan,...de manier waarop het stadsbestuur daarmee is omgegaan door de boel af te schaffen...daarmee is de stad terug van de bewoners geworden. 538 moppert, maar het is voorbij. En zo beginnen er overal andere dingen pop up te komen.

V: als alternatief

J: juist. Die bronnen, die beginnen eenmalig. En dan volgt: zullen we het nog een keer doen? En het jaar daarop weer, met een kwinkslag erbij.

V: Oke, maar het woord gevaar gebruikte ik ook vanuit het idee: gaat de kracht daarmee verloren, wanneer het een terugkerend patroon is? Of is het juist zonde om iets eenmalig te doen?

J: Ik weet het niet. Ik vergelijk het altijd met de Avant Garde. Pop up is een Avant Garde ding. Maar de tragiek van de Avant Garde is dat het wordt ingehaald door de Garde. En dan kan je twee dingen doen, je kan passief toekijken en opgenomen worden in de garde en afzakken, of je besluit Avant Garde te blijven.

V: Dus opkomende bedrijfjes die nu een professioneel pop up bedrijfje zijn geworden en die daarbij altijd een goed espressoapparaat meenemen en dus ook inkomsten daarmee creëren, die er dus een economisch ding van maken...die reken jij tot de garde?

J: Ja, en dat mag ook. Daar is niks mis mee. In die zin vind ik het ook geen gevaar.

V: Maar waar gaat het heen? Neemt dat gedrag toe?

J: Ik denk dat we nu aan een moment staan dat veel creativiteit gaat leveren. Geld was ook een hele grote comfortzone waardoor je een heleboel dingen ook gewoon in kon kopen, maar dat is voorbij en ik denk dat we nu weer een tijd tegemoed gaan waarin we weer een hoop gaan rommelen en dat er daarom ook een hoop pop ups gaan opkomen, op wat voor manier dan ook, of dat nu winkels zijn of theater.

V: Daarmee zeg je dat pop ups ook economisch worden gestimuleerd... vanuit low budget keuzes.

J: Ja, pop ups gaan bijna synoniem aan het woord low budget. Qua voor innovatiewaarde tussen 2000 en 2008 zijn niet heel bijzonder. Iedereen zat goed in het geld. Er zijn wel tegenbewegingen, zoals de youth food movement. Weet je waar ik nu ook moet denken, tussendoor: bij Mediamatic... die ui... Is dat nu kunst? Er stond een bandje tussen de uien... is dat kunst? Je kon schommelen. Maar wat het wel is, het is bizar en het is een pop up ding.

V: En het is gelukt om een heel divers publiek te krijgen.

J: Ja, dat vond ik wel heel erg leuk ja. Er kwamen ook mensen van wie je weet die nooit naar Mediamatic zouden komen en die ook niet zo in de slappe was leken te zitten.

V: Ja, dat hoorde ik ja, ik ben er niet gaan kijken omdat ik in Gent was, maar

J: Ja, ik ben er wel geweest.

V: Wat ik er ook van zag en hoorde was zeer grappig.

J: Het was waanzinnig. En het was ook een succes dat het niet op de dam was. En in die zin denk ik, als je het geografisch bekijkt, dat pop up dingen vanuit Kunst en Cultuur want daar hebben we het nu over. Want het is helemaal niet moeilijk om als een merk als Dolce en Gabana even vanuit Milaan een Pop Up shop in te vliegen naar een of ander gebouw. Dat is gewoon een kunstje. De leukste pop up dingen gebeuren in de outguts van de stad plaats. Dus het buitengebied.

V: Om daar mensen naar toe te krijgen?

J: Na omdat daar ruimte is en omdat het daar leuk is. Denk aan de NDSM, daar heb je vaak leuke pop up dingen.

V: Maar waarom is het daar leuk? Waarom wil publiek daarheen?

J: Nou, omdat de context je een gevoel van vrijheid geeft denk ik. Ik heb de binnenstad van Amsterdam.... dat is een soort koopgoot voor toeristen en Elles lezers... daar worden alleen maar dingen vermarkt.

V: Maar je hebt bijvoorbeeld ook Mode pop up galleries op de wallen gehad die een succes waren.

J: Ja, dat is waar ook, maar daar ging het juist weer om de extremen.

V: Dus op de NDSM werf heb je minder dat vermarktinggevoel?

J: Daar gaat het niet om het geld.

V: In ieder geval: daar heb je niet het idee dat het om geld gaat.

J: Nee, daar heb je inderdaad ook wel steeds meer projecten die daaraan gelinkt kunnen worden.

V: En gaat het ook omdat die plekken 'nieuw' en onbekend zijn?

J: Ja, zeker, maar straks implodeert het en wil niemand meer in die koopgoot zijn en gaat men weer naar het centrum. Kijk naar Berlijn. Oost Berlijn is erg populair. Vincent Kompier die blogt daarover. Die zegt: het Westen is het nieuwe Oosten. Dingen rondom Kuhrfustendam... het voormalige West Berlijn. Dat wordt nu weer populair. Je hoeft niet altijd verder naar buiten, je kunt ook weer imploderen.

V: Maar, wat ik me dan afvraag: van wie komt het uit: komt dat omdat makers nieuwe plekken zoeken of omdat publiek nieuwe plekken wil?

J: Ik denk dat het met makers begint. Zij zoeken nieuwe plekken om nieuwe dingen te kunnen uitproberen. De bron ligt bij de makers. De kunstenaars.

V: Oke, ik zou me ook kunnen voorstellen dat het juist is omdat publiek toe is aan nieuwe uniekere plekken en daarom er gezocht wordt...

J: Nee, ik denk, en denk daarbij aan iets als NDSM wat we hebben gemaakt en dan zie je nu het nieuwe Eye museum en dan weet je zeker, zonder NDSM was die EYE er nooit gekomen. Het begint bij kunstenaar. Denk aan Detroit. Dat begint nu zo'n hype te worden omdat er alles kan... dat het voor kunstenaars in Amerika de place to be aan het worden. En dat heeft volgens mij te maken met de uitdaging dat er niets kan mislukken... als artistieke uitdaging.

V: Oke, dus gedreven vanuit de artistieke uitdaging wordt er gezocht naar nieuwe onbekende plekken.

J: Ja, want dat soort plekken zijn vaak isolaat en eigenlijk een beetje verdrietig.

V: En dat is een uitdaging.

J: Dat is een confrontatie voor je als mens. Psychologisch. En daarmee ook een confrontatie. En dat is een drijfveer van kunstenaars. Denk ik. Kijk, ik ben muzikant geweest, en je maakt in eerste instantie een liedje om een bepaald klote gevoel van jezelf af te spelen. En als dan in tweede instantie mensen zich aangesproken voelen door dat liedje, dan streelt dat je ego. Dan voelt dat als erkenning en dankbaarheid. En dat is verslavend, die erkenning. Iedereen wil er toe doen. Maar ik denk dat bij kunst maken dat niet de ultieme drijfveer is. Dan kun je beter in een soap spelen.

V: Oke, en als je dat dan koppelt aan de vraag: wat kunnen gevestigde kunstinstellingen hier van leren?

J: Zeker, Want waar ik echt voor sta: Als stad heb je een groep nodig, en dan kun je het woord stad ook vervangen voor het woord kunstinstelling en dan heb je een groep nodig die het jou moeilijk maakt. Die kritische vragen stelt. Die je op scherp zet en die je soms tegenhoudt. Want daar wordt je alleen maar beter van. Scherper. Je ziet niets over het hoofd. Hebt niet alleen maar ja-knikkers om je heen. Dat is ook echt zo. En dat wordt wel opgepikt. Het gaat niet om ego's maar om mensen die je het moeilijk maken. En die botsingen, die geven warmte en creëren dialoog. En in dialoog zit innovatie.

V: Dus, zij leren van pop ups door...niet door gedrag na te doen, maar door zich scherp te laten houden?

J: Het is co-creatie. Als gemeente stellen we soms aan externen de vraag: heel open, wat kunnen we van jullie leren en wat hebben jullie nodig om te kunnen floreren want we moeten het van jullie hebben.

V: Dus meer een horizontale benadering

J: Juist en heel belangrijk: vooral een niet oordelende benadering. Een heleboel mensen in Nederland hebben een oordelende benadering. Groepen als occupy niet. Die willen weinig oordelen. Maar die willen wel iets beters en er zijn geen leiders, iedereen is zelf verantwoordelijk en moet in actie komen en de zoektocht aangaan.

V: dus dat kan vooral de cultuursector ervan leren.

J: ja, de cultuursector zou vooral heel goed moeten kijken naar occupy.

V: Want, wat zouden ze ervan kunnen leren?

J: Nou, de occupy beweging, die kiest geen standaardoplossingen. We willen een open dialoog en zoektocht inzetten. We verwachten niets van goeroes...en die mentaliteit past bij kunst en cultuur. Het is niet zou je oordeel thuis, maar draag op jouw manier bij als je vindt dat het anders moet.

V: Oke, mooi gezegd. En dan grijp ik tot slot nog terug naar woorden die je aan het begin gebruikte: je zei mijn mail nog eens gelezen te hebben en wel een aantal punten aan te kaarten te hebben. En heb ik nu nog iets niet aangekaart dat ik wel had moeten vragen?

J: Ik denk dat Nederland institutioneel, en dat geldt niet alleen voor kunstinstellingen, maar dat zij in een enorme comfortzone verkeerd. En de crisis zal er toe leiden dat iedereen uit die zone gehaald wordt. En als het stormt, dan is er altijd een groep die gaat schuilen, en er is een groep die windmolens gaat neerzetten. Snap je wat ik bedoel?

V: Oke, en als ik dat dan koppel aan andere woorden die je aan het begin gebruikte: je zei: onderzoeken hoe er anders omgegaan kan worden met regels en,-

J: Weet je, regels, dat heb ik geleerd. Wij gilden altijd....regels...alles is vastgelegd en we kunnen niks meer. Alles ligt aan banden. En toen hebben we met het rijk afgesproken, dit gaan we onderzoeken. En dat heb ik ook echt gedaan. En tot mijn schaamte bleek dat alles mogelijk is. Wel dus. Tachtig procent van alle regels is lokaal en daar zitten altijd afwijkingsbevoegdheden voor burgemeesters enzo.

V: Dus het is een kwestie van willen.

J: Het is een mindset: uit je comfortzone komen. Niet achter de regels verschuilen. Regels zijn ook comfortzones. En Jules Deelder zei het al: Binnen de perken zijn de mogelijkheden even onbeperkt als daarbuiten. En, tja, je ziet dus met die schaalvergroting in de ruimtelijke sector....in de kunsten, in onderwijs...dat daar de babyboom generatie, de hippies, de regenten van hun stoel hebben gejaagd en zelf hebben plaatsgenomen op een regenteske manier. En dan gaat het dus om belangen en om status. Je hebt mensen die daar graag aan vasthouden, die status niet laten ontnemen en dat soort hakken in het zand gedrag, dat belemmert innovatie. Wat ik zou willen stellen: wat er van pop up geleerd kan worden: einde aan het hokjes denken. Zoek de energie op. Dat heeft mij geen windeieren gelegd. Laat je confronteren met een kritische pop up achtig buitenwereld.

V: Dus, pop-up als een uitdaging?

J: Nou, dat vind ik zelfs te mager: pop up is misschien wel noodzakelijk voor een locatie. Het gaat om prikjes hier en daar. Het is culturele acupunctuur. Je zet hier en daar weer een spelt en die haal je weer weg.

Interview met Nan van Houte. Hoofd programma Theaterinstituut TIN en voormalig directeur Theater Frascati

4 | 06 | 2012

Amsterdam

N: Nan van Houte

V: Veerle Devreese

V: Introductie. Herken jij er iets van terug zodat er gesproken kan worden over een fenomeen?

N: Nou, misschien ben ik vooral beter in het duiden, ik weet niet precies wat er allemaal gaande is, maar ik kan vooral hierover meedenken door het in een traditie te plaatsen. Ik denk dat meer mijn kwaliteit is. Want wat ik wel zie is dat theater natuurlijk steeds meer instant wordt en steeds meer naar buiten treedt. Het gebruikt steeds meer de openbare ruimte als speelveld. En ik denk in Nederland dat het eerste voorbeeld van echt guerrilla theater was Tender. Dat is begin jaren zeventig geweest. En zij deden allemaal acties en doken zomaar ergens op in de openbare ruimte, of dat nu op de Dam was, of in de tram....of elders....

V: En was dat stiekem heel erg geregisseerd?

N: Ja, dat was helemaal voorbereid. Maar ik weet bijvoorbeeld in het Postkantoor, dat je daar in de rij stond en dat opeens twee mensen enorme ruzie stonden te maken in die rij. Dat was Tender ten voeten uit. Of een bruidspaar dat enorme ruzie op straat ging maken en de bruid vlucht de tram in en dat speelde zich dan allemaal door de Leidsestraat af.

V: Maar dan zijn het misschien meer performances geweest?

N: Ja, dat zou je wel kunnen zeggen ja. Het zijn ook echt performers. En jij bedoelt nu meer de 'mobs' waarbij publiek zelf een bijdrage moet leveren en daar dus van op de hoogte zijn?

V; Dat zou kunnen....ik ben nog voorzichtig met het uitsluiten van elementen. En daarom vraag ik meer, moet de massa weten wat er gaat gebeuren? Moet publiek op de hoogte zijn ja of nee? Zit er iets tussen een festival dat verscheidenheid aanbiedt, en tussen een performance wat gaat om een 'act'?

N: Oke, jaja, en kun je dan een voorbeeld geven van guerrilla theater waarvan men wel op de hoogte is, dat publiek, wat er gebeuren gaat?

V: Nou, neem bijvoorbeeld Hamlet bij de Hallen dat is opgevoerd in Amsterdam West nabij de Hallen. Heeft u daar iets van meegekregen?

N: Nee, wel van gehoord maar ik ben er niet bij geweest.

V: Nou, dat is een theaterstuk waarvan acteurs die vonden dat ze te lang niet hadden gespeeld het heft in eigen handen hebben genomen en hebben verkondigd: wij spelen 4 avonden lang op dat braakliggende landje. En dat is goed voorbereid geworden, en publiek was op de hoogte, maar toch dook het aldaar op.

N; Ah, en via de social media wordt het aangekondigd en daarom noem je het guerrilla. Het is verder niet uitgezet, en het is allemaal niet gereguleerd...

V: Precies, en zij vinden dat ze daarmee iets aanbieden buiten het huidige theateraanbod om.

N: Maar dat vind iedere theatermaker

V: Exact haha. Maar dat is juist interessant.

N: Mmm, interessant. Boeiend om dat goed te duiden ja. Want voor mij was destijds tender wel een heel goed voorbeeld van guerrilla theater. Maar dat is weer iets anders dan pop-up. Je wist niet wat je overkwam maar op een

gegeven moment merkte je dat je toeschouwer was van een van te voren bedachte happening. En dat was dus wel een heel vroeg voorbeeld daarvan.

V: En toen...

N: Nou en toen.... toen is er ook weer een hele poos geweest waar men juist binnen de theatermuren weer erg op onderzoek is geweest....maar het was natuurlijk niet echt echt weg. Kijk, Nederland is natuurlijk altijd heel erg goed geweest in het maken van theater op locatie.

V: Waar komt dat vandaan?

N: Mmm, waar komt dat vandaan? mmm, we hebben er een tentoonstelling aan gewijd hier bij TIN vorig jaar. En, we vonden het moeilijk om dat te duiden. Maar het komt van een paar dingen waar het vandaan komt. Het heeft er mee te maken dat we al vrij snel de hele democratisering van het hele kunstenbestel hadden. Met de kleine zalen, en dat daar een beschikbaarheid van middelen voor alternatief theater kwam, buiten de bekendere vormen om. En toen waren er toch weer een heleboel makers die nog een stapje verder wilden dan die nog maar weinig beschikbare kleine zalen, en die gingen naar buiten. Het heeft dus eigenlijk een cultuur politieke achtergrond.

V: Het was een reactie op de mogelijkheden die het beleid bood?

N: Het was inderdaad een reactie op het repertoire toneel en er waren op dat moment zo'n drie/ vier kleine zalen in Nederland en die namen ook niet alles en toen had je mensen als Wil Spoor en die hadden iets van... nou als we niet bij jullie er in mogen...dan gaan we gewoon op locatie en die gingen gewoon oude pakhuizen bespelen en dergelijke.En ik denk dat daar locatietheater....

V: dus meer bij gebrek aan, dan als artistieke keuzes?

N: Kijk, het werd natuurlijk al heel snel wel een artistieke keuze, want dan zie je dat enkele groepjes gaan doen en dan zie je daar de kracht van en dan is de keuze steeds sneller gemaakt

V: Want wat is de kracht daarvan dan?

N: Nou, de kracht daarvan is dat je inderdaad een ander publiek bereikt. Mensen die niet zo snel die drempel van een schouwburg of zelfs van een vlakke vloer overgaan. De kracht is volgens mij ook dat het ontzettend spannend is en dat er meteen een gemeenschapsgevoel is bij het publiek. Je bent overgeleverd aan de elementen en dat weet je van elkaar en dat heeft in invloed op zowel de spelers als ook heel erg op het publiek. Je zit samen in een complot. Veel meer nog dan wanneer je samen in een zwarte doos zoals een theater zit. En dat gevoel is ook veel heftiger aanwezig. En je krijgt natuurlijk een eindeloze hoeveelheid omgeving. Aan de ene kant geluid waar je iets mee kunt doen. Anderzijds kan je dat ook heel erg storen. Maar je hebt natuurlijk ook al je beedl...

V: Dus meer je omgeving als decor

N: Ook het decor ja.

V: Want je kan meer denken vanuit community art waarbij de omgeving een directe rol speelt

N: Ja, dan heb je ook natuurlijk die kant nog. JE hebt de community art waarin je letterlijk in de omgeving gaat werken en de mensen je acteurs zijn waarmee je werkt. Wat je natuurlijk nu ook heel veel ziet zijn die geluidswandelingen. Of het geregisseerde publiek waarbij de acteur helemaal achterwege blijft. En dat het publiek eigenlijk de acteur is en het publiek enkel diens opdrachten opvolgt en daarmee voor elkaar ook weer acteur wordt.

V: Dus dat laatste is dan vooral artistiek onderzoek

N: Voor de makers ..maar het publiek wil het zelf ook heel graag. Je merkt dat zij het heel leuk vinden om dat soort belevenissen te ondergaan.

V: Want, waarom neemt publiek hieraan deel?

N: Omdat ervaring een steeds belangrijkere rol speelt. Veel belangrijker is. Mensen willen zelf doen, zelf ervaren.

V: Maar laat ik nog even tering grijpen naar het plaatsen in traditie...kun je spreken van een toename?

N: ja, ik denk het wel. Het neemt wel toe. Wat ik de laatste jaren aan wandelingen door steden heb gedaan en bij mensen thuis ben geweest en dat soort dingen....dat is veel meer dan vroeger.

V: En waar zit dat hem in?

N: Euhm, nou, dat zit hem in tal van dingen. Dat zit hem in een zoektocht van kunstenaars naar sociale functies/rollen. Het zit hem in een zoektocht voor kunstenaars naar een directe relatie naar het publiek. Het zit hem in de wens om inderdaad uit die zwarte doos te treden: die beperking van de zwarte doos. Voor een deel heeft het er soms ook te maken met internet. Absoluut. En sociale media.

V: want?

N: Nou, omdat je daar ook de hele tijd aan het bewegen bent. En je door verschillende werelden begeeft. En ik denk dat mensen daar ook een equivalent in zoeken.

V: Ook in cultuur.

N: Ook in cultuur. Ja.

V: Zou je kunnen zeggen dat dankzij al die digitale ontwikkelingen daar een boost aan gegeven wordt?

N: Ik denk absoluut dat dat een rol speelt. Vooral sociale media. Flashmobs kunnen simpelweg niet bestaan zonder sociale media. En guerrilla theater.... Ik ken bijvoorbeeld een theatergroep in Wit Rusland en die leeft dankzij social media. Die kan alleen maar guerrilla theater maken want ze zijn verboden.

V: Interessant. Wie zijn dan?

N: Dat ga ik voor je opzoeken. Kom er nu niet op. The independent....Hoe dan ook. Zij waren verboden. Want in Wit Rusland heb je natuurlijk nog dat echte communistische bolwerk met zeer strenge censuur. Zij waren verboden dus ze konden nergens in een theater spelen. En konden ook niet hun publiek niet anders dan zo bereiken. Het kon niet anders dan via smsjes sturen hoe laat je op welke plek je moest verschijnen om een stuk te kunnen bijwonen.

V: Dus dan heb je wel een vaste groep volgers nodig.

N: Ja. Maar dat werkt natuurlijk vrij snel. In een land waar niks gebeurt en niets te zien is...Maar ze deden het wel echt met sms...niet met Twitter of zo. Ze hadden direct contact met echt specifieke mensen. En dit soort groepen zullen in meer landen actief zijn. Dat geldt eigenlijk voor alle subversieve kunst in streng gecensureerde landen.

V: Pop up omdat het niet anders kan.

N: Precies.

V: Mooi nieuw perspectief omdat ik het vooral benader omdat het past bij deze tijdsgeest. Maar laat ik even een stap verder maken. Want makers willen dit dus om verscheidende redenen. Maar kan het ook zo zijn dat het publiek stuurt in wat het wil?

N: Nou, ik denk dat publiek...dat is nog een ander aspect....Publiek wil niet meer op langer termijn vastleggen.

Niets is fijner dan: 'ga je vanavond mee naar het theater?' Ga je mee, want er gebeurt daar iets. Je ziet in theaters dat er veel minder gereserveerd wordt en dat er bijna iedere avond in een theater steeds weer twijfel heerst. Dat is ook echt van deze tijd.

V: Maar kan de cultuursector hier dan iets van leren...?

N: Het is cultuursector.

V: Excuses hah. Uiteraard is het cultuur. Laat ik mijn vraag beter formuleren. Maar wie zijn het die het doen? Zijn het de meer gevestigde instanties die zoeken naar nieuwe manieren of zijn het juist de buitenbeentjes?

N: Ik spreek natuurlijk met een vrij lange geschiedenis. In mijn tijd had je gewoon een tweedeling. En toen ik actief was als directeur van Frascati riep ik altijd dat ik eigenlijk niets te maken had met het Schouwburg [publiek maar ook de vorm van het theater. Het zijn gewoon twee verschillende kunstvormen. Je kan wel stellen....wat Frascati bracht en nog doet is veel meer performance art. En wat repertoire theater doet gaat om acteurs die mooie rollen spelen. Dat is iets totaal anders. Het een is conceptueel en het ander is repertoire bij een concept met mensen die het goed neerzetten. Het gaat daat meer om vakmanschap. En dat is allemaal geforceerd en niet helemaal waar maar wat de overeenkomstigheid is: het speelt zich allemaal af op een podium. En die vorm waar we het nu over hebben is gewoon een derde vorm. Denk ik. Je hebt het repertoire met vakmensen die het voor een publiek staan te doen en het publiek mag meedenken. Bij het concept theater gaat het veel meer: we gaan iets bij jou teweeg brengen en je weet nog niet van te voren wat je krijgen zult. Je weet absoluut niet hoe je eruit komt terwijl je dat in de schouwburg min of meer wel weet. En dat laatste, die nieuwste vorm, dat is echt avontuur. Een graadje avontuurlijker.

V: Want?

N: Nou, omdat je niet eens weet of je zometeen naar buiten gaat / binnen blijft / met mensen onder vier ogen een gesprek gaat voeren of in een donkere kamer rechtkomt...dat is het. De ervaring die je gaat krijgen is onvoorspelbaar. Behalve als je de recensies hebt gelezen.

V: Oke, dus het verrassingselement is een beweegreden voor het publiek? Maar je zou ook kunnen zeggen dat publiek: 'ik was erbij' bij dat verrassende.

N: Ja, zeker. het kan ook een sociale gebeurtenis zijn, maar dat kan het ook in die kleine zaal zijn.

V: En zelfs in de schouwburg.

N: Zelfs in de schouwburg. Dat zijn allemaal sociale processen en ik denk dat dat wel gelijk is.

V: Je krijgt overal het gevoel: ik was erbij.

N: Ja, zeker als het eenmalig is. Of heel kort. Dan speelt dat absoluut extra.

V: Want nu zitten we dus toch in de aanname dat de meer klassieke sector toch minder kiest voor die kortstondige interventies buiten de deur. Maar kun je dan de klassieker geïnstitutionaliseerde sector ook adviseren om eens onderzoekend naar dit fenomeen te kijken?

N: Nou, dat zou op zich niet zo verkeerd zijn. Kijk, wat ze nu allemaal wel proberen is iets met Facebook en Twitter. En, Ze proberen ook in praatprogramma's te komen zoals Halina Reijn bij De Wereld Draait Door. ...Maar of ze ook kortstondige happenings buiten de deur moeten gaan doen...ik weet niet wat het zou moeten opleveren...

V; misschien nieuw publiek bereiken.

N: Ja, misschien wel, maar wat zouden ze moeten doen.

V: Nou, je zou het ook iets minder op de inhoud kunnen benaderen en meer vanuit bijvoorbeeld productie perspectief kunnen bekijken. Bijvoorbeeld zeggen veel makers dat pop up zeer flexibel te ontwikkelen is en er binnen hele korte tijd iets gerealiseerd kan worden. Dat is een verschil voor wanneer je je theaterstuk voor het volgende seizoen al twee jaar moet vastleggen of iets dergelijks.

N: Wat zij natuurlijk steeds doen...zij doen natuurlijk al veel dingen en proberen ook. Denk aan meet & greets in de kleedkamers enzo. Dat zijn de extraatjes. Maar programma's als de vloer op....ze gaan inderdaad nooit in een winkelstraat in een lege winkel eens een scène spelen. Dat is absoluut waar.... moeilijk.

V: Er hoeft geen positief antwoord uit te rollen hoor. Het kan ook zijn dat je juist adviseert het en te laten bestaan

N: Ja

V: Maar het kan ook bijvoorbeeld een rol spelen om het unieke gevoel bij bezoekers weer wat te ontwikkelen.

N: Nou dat probeert de Schouwburg bijvoorbeeld met Expanding Theatre en dergelijken. Dat zijn ook eenmalige avonden. Ik denk niet... ik zie ze inderdaad niet zo snel... ik denk dat ze daarvoor het bereik te klein vinden.

V: Dat zou kunnen, of zou het juist goed zijn je te specialiseren in een niche, zoals ondernemers zouden concluderen?

N: Ik denk datdat zie je ook wel gebeuren, dat de gezelschappen uit de kleine zalen nu veel vaker die stap maken En daar zitten dan ook weer makers tussen die zowel in een 'kleine' setting als bijvoorbeeld communityart in een wijk ontwikkelingen, maar ook stukken voor grote zalen ontwikkelen. Iemand als Dries Verhoeven. Op Oerol vinden veel makers natuurlijk ook een fantastische uitlaatklep voor als je iets buiten de zaal wil doen. Daar speelt vrijwel iedereen... ook de meer gevestigde makers. En daar is ook een omgeving waar meer nieuw publiek gevonden kan worden want Oerol heeft wat dat betreft geen doorsnee publiek. Je hebt er de dragers van cultuur. Maar er zijn ook heel veel jonge mensen en families die normaal nooit naar theater gaan maar die daar soms dan iets zien waardoor ze denken dat...wanneer een bepaalde groep dan ook weer in hun eigen omgeving in het theater staat, dat ze daar dan heen moeten.

V: Oke, nu hebben we het dus zowel gehad over de makers en het publiek...maar we hebben ook nog de locaties. En ik kan me voorstellen dat de gemeente van het eiland bij Oerol zegt: Kom want dat is heel gunstig. En in het kader

van mijn onderzoek hebben we het dan over een stedelijke context. Maar merk je dat ook een stad als Amsterdam dergelijke uitingen omarmt?

N: Wat omarmt wordt is denk ik...op wijkniveau. Denk bijvoorbeeld aan de wijksafari van Adeleid Roosen. Zoiets wordt omarmt omdat je bezig bent met een sociale structuur te ondersteunen.

V: Dus vanuit sociaal artistieke overwegingen.

N: Nou en hier in Amsterdam... gevoelsmatig heb ik het idee dat het zich onttrekt aan de beleidsmakers van deze stad. Maar dat is een eerste reactie. En ik denk dat het hoe dan ook wel erkent wordt als een belangrijke bijdrage...eerder om de sociale cohesie dan artistiek, maar ook als evenement. Het is ook het evenementgehalte en de reuring in de stad. Maar ik zie niet dat de stad daar ook nog iets mee doet...dat de stad zelf zal vragen om...dus de locaties...die komen er doordat makers er op af gaan.

En misschien op wijkniveau dat kunstenaars wel erg welkom worden geheten.

V: Maar dan vanuit sociaal oogpunt.

N: Ja, als pleister op de wond denk ik.

V: En is dat ook gunstig voor de kunstenaars?

N: Wat dat betreft ben ik een vlijtig voorstander van...ik ben echt heel erg een ambassadeur voor kunstenaars in....

V: In de wijk.

N: Ja, of überhaupt, in de samenleving. Omdat ik denk dat....het hoeft helemaal niet over een probleem te gaan maar ik blijf denken dat het goed is voor mensen om hen in contact te brengen met kunst

V; En hen zelf bij elkaar te brengen.

V: Ik vraag hier naar omdat ik, nu ik ook in de literatuur ben gedoken, soms ook een beetje lijk te kunnen vaststellen dat gemeentes kunstenaars ergens ook kunnen 'uitbuiten'

N: Dat kan ook. Dat zie je in Engeland heel erg gebeuren...daar krijg je alleen maar subsidie als je met een minderheidsgroep werkt.

V: Oei.

N: Dus je moet echt een heel sociaal programma hebben. En dat kan door kunstenaars echt als heel beperkend ervaren worden.

V: Zeker. Maar ook vanuit nog een ander perspectief misschien: Op commercieel vlak: dat het voor een stad belangrijk is om eventwaarde aan het imago van de stad toe te voegen.

N: Ach, het wordt pas commercieel...er zijn niet zoveel kunstenaars die nu voor het toerisme gaan werken. Dan zou het pas echt opdrachten moeten uitzetten. Maar laat ik ook nog even terug grijpen want waar ik net nog aan dacht is dat.... wat je zei over internet...dat mensen daardoor de hele tijd naar van alles en nog wat op zoek zijn... en dat je misschien nu signaleert dat er toch weer extra de behoefte ontstaat om bij elkaar te komen en dat je toch niet in je eentje alles wil beleven. En ik denk dat die behoefte, die ik al voelde toen ik in de theaterhuizen werkte, die voelde ik toen al. En je beseft dan: het is eigenlijk nog echt de enige plek waar je naast het cafe, waar mensen gewoon samen komen en samen iets meemaken. En ik denk dat dat alleen maar essentiëler is geworden. Vlees en bloed.

V: Mooie conclusie. Heb ik nog iets niet gevraagd waar je wel aan hebt gedacht.

N: Nee, ik geloof van niet. Ik ben heel benieuwd.

Interview met Elisabeth Krauss, initiatiefnemer/ eigenaar Pop-Up Gallerie Amsterdam.

30 | 05 | 2012

E: Elisabeth Krauss

V: Veerle Devreese

V: Introductie - benieuwd naar de ontstaangeschiedenis van het pop-up initiatief.

E: Nou, we zijn met een klein clubje van 3 vrouwen die hier mee bezig zijn. We begonnen met zijn vijven maar nu zijn we met zijn drie een

V: En hoe komt dat?

E: Nou, zij hebben nu weer andere dingen te doen. Dus ze zijn niet vertrokken omdat het niet leuk was hoor (haha) Nu zijn er eigenlijk ook weer twee anderen die er ook weer meer bij betrokken zijn.

V: Maar jullie zijn de 'harde' kern.

E: Precies, en eigenlijk doet dat er ook niet zo toe. Eigenlijk is het heel belangrijk dat we dat zin hadden om te exposeren en dat we dan...

V: En jullie zijn allemaal beeldend kunstenaars/

E: Ja, en toen we dit plan hadden bedacht, toen zijn we naar makelaars gegaan, en naar de woningbouwvereniging en...dan vroegen we of we ergens een ruimte konden gebruiken. En Stadgenoten, de woningbouwcoöperatie, die had voor ons een ruimte. Die leegstond. En die ruimte stond al twee jaar leeg en daar wilden ze iets mee. Om het aantrekkelijk te maken voor de bewoners...

V: Dus zij werkten meteen mee.

E: Ja, en we waren daar ongeveer zes maanden en toen werd het weer verhuurd. En dat was goed want hoewel het al twee jaar leeg stond, kregen ze door ons plots positieve aandacht en konden ze de ruimte dus alsnog verhuren. Dus voor hen werkte het ook. Maar voor ons was dat natuurlijk wel jammer want wij wilden er zo lang mogelijk blijven.

V: Toch wel, ik bedoel: omdat jullie een pop-up willen zijn....

E: Mahr praktisch gezien zouden we toch wel erg graag willen blijven. Het scheelt gewoon heel veel werk. En we zaten daar goed. Het was goed voor de buurt, dus ja, daar hadden we nog wel een poosje willen blijven.

V: En nu, waar zitten jullie nu?

E: Nou, we slaan nu nog een stapje over. We hebben namelijk daarna nog een drie maanden op Ijburg gezeten. En ook dat was fantastisch. We hadden er heel veel ruimte. En nu, nu zijn we weer op zoek naar een nieuwe plek. Eigenlijk willen we weer iets in Oost omdat je die buurt kent en dus mensen ook beter kunt aanspreken. Maar op dit moment hebben we dus geen ruimte. Al gaan we wel een project samen doen met MusicQ...ook in Oost. Zij hebben ook veel ruimtes en dus plek voor exposities en dat gaan we nu doen.

V: Dus het gaat weer door.

E: Zeker gaat het weer door.

V: En werkt het? De galerie op deze manier?

E: Ja, het werkt zeker. En ik denk dat dat voor jou wel interessant is om te weten maar we hebben verschillende doelen: het is voor ons leuk om er te exposeren maar ook leuk om de buurt in ruimtes naar binnen te halen. Vaak kunnen deze buurten in Oost alleen maar gesloten muren en ramen. Maar zo kunnen we dus ook mensen binnen halen. Het was heel laagdrempelig. En de meeste mensen, vooral uit deze buurt misschien, kunnen kunst heel

intimiderend vinden. En wij hadden echt het doel om de toegang heel toegankelijk te maken, dus we hebben echt geprobeerd toegankelijk te zijn voor de buurt.

V: En hoe hebben jullie dat dan gedaan?

E: We hebben natuurlijk promotie gevoerd met posters enzo. Maar vooral de opening, die was een succes. Feest voor iedereen. En ook daarna, je kan gewoon binnenlopen. Dus de hele buurt kam langs, maar ook mensen uit West hoor

V: er kwam dus toch wel een gemengd doch lokaal publiek op af? En hadden jullie ook een financieel succes.

E: Tja, niet zo. We hebben kleine dingetjes verkocht, maar daar ging het toen niet om. We wilden de buurt binnenhalen. Daar ging het vooral om. En kijk, we betaalden niet voor de ruimte. Die hadden we gratis. En daarmee hadden we ook onze gratis eigen studio's.

V: En exposeerden jullie alleen maar eigen werk of ook van anderen?

E: Werk van onszelf maar ook voor anderen.

V: En hoe kwamen jullie daar dan bij?

E: Nou, de anderen, die zochten we er vooral bij wanneer er een festival was. Bijvoorbeeld het thema Africa, toen hebben we een aantal kunstenaars gevonden waarvan het werk bij het thema pastte. We hebben dus gecureerd, maar iedereen was wel vrij om zichzelf hoe dan ook aan te melden. En dan wij het vervolgens weer uitzoeken...wie past daarbij, en het moet ook juist niet teveel passen. Het moet elkaar versterken natuurlijk....dus ja, we exposeerden eigen werk maar ook dat van anderen en dat stemmen we dan allemaal af op dat moment...wat er dan kan gebeuren.

V: Maar dan ben ik nieuwsgierig want details kost veel tijd, het organiseren, het cureren etc....hoe doen jullie dat?

E: Ja, het kost veel tijd en we doen het allemaal vrijwillig. We hoeven ook niets. We vinden het juist fijn om eigen baas te zijn een bijdrage aan de wijk te leveren. In deze wijk kan nog veel gebeuren en ik denk dat de pop-up daar erg geschikt voor is. Om die lage drempel weet je wel.

En ook omdat het leuk is om meer kunst te laten zien. En omdat het leuk is om het op een plek te doen waar het niet vaak voorkomt. En omdat het je kan verrassen. Je hebt soms geen een idee. maar

V: Oke, maar het vergt dus ook echt heel veel inzet.

E: ja ja zeker. Ook. Maar het is dus niet zo dat we volledig afhankelijk zijn. We hebben ook nog ander werk. En dit doen we omdat we het leuk vinden. En omdat we er dus ook niet financieel van afhankelijk zijn. We hebben dus het geld niet echt nodig en doen het meer voor de buurt. Omdat er dat nog niet was. Kijk, en we zijn allemaal aan het proberen om commerciëler te worden. Om meer geld te krijgen.

V: Maar op zich is het doel dus vooral om jullie werk aan een breder publiek te laten zien.

E: Ja, en ik denk dat hierdoor mensen ook juist een kijkje in de keuken krijgen van hoe kunst nu eigenlijk gemaakt wordt. Omdat we dus ook in de ruimte aan het werk waren. Ze krijgen er daardoor ook meer een idee bij hoe complex sommige 'simpele' dingen kunnen zijn. En er komen ook mensen langs die zeggen 'ik begin nu steeds beter te zien wat ik mooi vindt. En dat is ook een beetje de filosofie achter de pop up. Het is dus niet sjiek. De meeste normale mensen durven een normale galerie niet zomaar binnen te lopen vanuit een bepaald soort vrees. Maar bij ons was dat niet.

V: En hoe zijn jullie op het idee gekomen? Heb je dat elders gezien, of?

E: Dat weet ik niet zo goed. Maar we hebben zoiets wel gezien in New York...en ook in Berlijn. We zijn dus wel echt door andere grote steden geïnspireerd geraakt. En in Amsterdam was het er nog niet. Daarom dachten we...let's go. Let's do it.

V: En de gemeente hielp jullie daarbij.

E: Ja, dus wij hebben dus samengewerkt met de gemeente en dat beviel goed. En we hebben van hen ook financiële steun gekregen. We hebben een keer subsidie gekregen. En vervolgens blijkt dan dan weer moeilijker om nog een keer subsidie los te krijgen. Ze geven eigenlijk heel erg 'eenmalig' subsidie. De eerste keer zijn ze enthousiast maar daarna, de volgende keer moet je precies iets helemaal nieuws doen om ze weer enthousiast te krijgen.

V: Dus dan werkt het meer als een 'start-op subsidie'

E: Ja, en dan lijkt het een beetje lastig om er mee door te gaan. Je krijgt geld...maar dan stopt het en toch moet je doorgaan.... het is leuk, maar ook erg lastig.

V: Maar ja, je krijgt subsidie om het überhaupt te kunnen doen.

E: Ja, natuurlijk. Maar het voelt wel lastig dat je iets opbouwt, wat goed heeft, wat kansen moet krijgen en wat daarna weer stopt.

V: Dus je hebt het gevoel dat goede dingen verloren gaan wanneer subsidie stopt?

E: Ja, die gaan dan verloren. We werken natuurlijk om het eerst maar te realiseren, maar vervolgens kost het ook echt heel veel tijd om budgetten aan te vragen, mensen aan te moedigen, te produceren... dat is allemaal niet gemakkelijk en dan moet je opnieuw in een molen van alles.... en dan heb je dus net iets opgebouwd.

V: Maar je zou ook weer als gemeente kunnen denken: het gaat om een pop-up iets, dus is tijdelijke financiering ook terecht. Het is immers een project.

E: Ja, natuurlijk...maar wanneer je eenmaal bezig bent en het een succes blijkt en de wijk er blijer van wordt....Dan is dat wel jammer. Dan willen we niet zozeer daar blijven maar wel onze kennis in Oost weer op een andere plek in Oost verder kunnen uitbreiden...anders gaat alles verloren en dat is zonde van de financiering, maar ook voor de wijk.

V: Maar er zijn natuurlijk meer tijdelijke happenings: projecten waar de gemeente voor kiezen kan. Die kan nu ook 'eclectischer' kiezen. Herken je dat er veel meer gaande is?

E: Je, natuurlijk. We zien dat er andere pop-up dingen zijn. Galerries enzo. En mensen komen naar ons toe en zeggen 'jullie lijken 'op' of, 'jullie moeten ook eens naar hen kijken' En dat is best gek he. Bij een ijzerwaren winkel of schoenmaker zul je nooit zeggen, goh, in Oost zul je nooit zeggen; ik ken er nog zo een maar bij ons...bij ons moet je steeds maar weer vernieuwend zijn.

V: Dus je ervaart dat vooral als negatief?

E: Nou ja, het woord pop-up staat voor iets hips. Dat staan schoenmakers niet. Die staan voor degelijkheid terwijl wij staan voor verrassing. En dan wil je natuurlijk niet horen dat we op anderen lijken.

V: Maar kleven er ook positieve kanten aan vast? Kun je van elkaar leren? Werken jullie bijvoorbeeld samen?

E: Ja, samenwerken doen we zeker. En dat is ook echt heel leuk. Iemand heeft ons gemaïld, is enthousiast en dan overleggen we en dan besluiten we dat we ermee gaan samenwerken. Je kan op deze manier heel makkelijk samenwerken.

V: En hoe zijn jullie dan door die persoon gevonden?

E: Via de website.

V: Dus daar uit blijkt dat jullie gesignaleerd worden.

E: Zeker en hierdoor weet je weer waarom het belangrijk is onze contacten een beetje warm te houden.

V: Want hoe belangrijk is jullie eigen netwerk?

E: Dat is heel belangrijk. Daardoor houdt je gevoel met wat er gebeurt om je heen. Iemand zegt dan: ik wil iets doen en dan gaan we praten en dan is het ook leuk voor onze galerie. En meestal komen we dus door connecties weer op hele leuke nieuwe ideeën.

V: Oke, dus het persoonlijk netwerk reikt dus mogelijkheden aan. Gebeurt dat vooral op een opening?

E: Op een opening heb je meer dan alleen maar je eigen netwerk over de vloer. Ook de gemeente en ook de buurt. en die mensen ontmoeten dan elkaar en ik geloof dat er op zo'n avond dan net zo goed tussen anderen linken ontstaan dan alleen tussen ons en andere connecties. zo'n opening is vruchtbaar voor iedereen. Zo zijn we ook een curator tegen gekomen en die vindt het dan leuk om samen te werken. Zij zocht een residentie voor iemand, een kunstenaar, en wij hadden de mogelijkheid om mee te denken. En dan wil zij ook weer met ons meedenken. Mensen bieden veel hulp aan moet je weten. Ze waarderen het initiatief heel erg, waarderen onze moeite en bieden zo aan om ook iets op hun te nemen.

V:Waaruit is dat dan vooral gedreven?

E: Nou, ik denk dat dat vooral gedreven is doordat mensen ergens heel erg blij van het project worden, maar dat ze ergens ook een klein beetje jaloers op ons zijn omdat wij het gewoon zijn gaan doen, en er iets leuks van hebben gemaakt...en zij niet. En zij willen er dan ook bij horen...of hebben een eigen idee dat ze nooit zelf zullen uitvoeren.... maar als ze dan met ons mee kunnen leunen...of ik bedoel...liften maar dan op een positieve manier...nou, dan wordt iedereen blij van die jalousie.

V: en zo groeit dan ook jullie netwerk weer Positieve vorm van jalousie! En willen jullie er zelf ook nog lang mee door gaan?

E: Ik weet het niet. Het is leuk, maar het slurpt zoveel tijd. En ik werk daarnaast ook voor mezelf en dat begint steeds beter te lopen. Dus dan is het best wel moeilijk om tijd voor beiden te maken. En steeds weer initiatief te nemen. Want je moet overal aan trekken en ik weet hoeveel energie dat kost.

V: Want hoeveel tijd steek je erin per week? Jullie alledrie?

E: Nu even niets... of nou ja, bijna niets omdat we geen ruimte hebben en prioriteit geven aan andere dingen en we moeten wachten tot er ergens weer een ruimte komt. Maar wanneer we wel een ruimte hebben, dan kost het veel tijd. Soms wel meer dan tien uur per week, bij een opening zelfs de hele week....gelukkig werkten we daar ook in de ruimte. En nu we gaan samenwerken moeten we wel weer gaan zitten om een plan te maken.

V: Gezien de tijd moet ik nog even doorpakken naar een afrondende vraag, want voor dit onderzoek wil ik uiteindelijk afronden met de vraag of de meer klassieke cultuursector, dus de instituten, ook iets kan leren van pop-up achtige activiteiten en ik ben benieuwd of jij daar nog bepaalde ideeën bij hebt.

E: Nou vooral om mensen te benaderen....mensen vinden pop up erg leuk...de drempels zijn laag, het is anders. Je moet natuurlijk niet meteen denken: ik doe pop up dus het is laagdrempelig...vervolgens hebben wij daar heel bewust voor gekozen...en ja, dat kan je in zo'n wijkomgeving wel maar niet wanneer je vast zit in een gebouw als het Rijksmuseum of zoals Montevideo aan de Herengracht of zo....die drempels zijn door de locaties alweer veel hoger, maar ook omdat het niet spontaan is. En wij hebben alles niet zo perfect gedaan, en de drempel was niet perfect en er was geen rode loper enzovoorts, dus ja we deden ook niet aan 'op uitnodiging of zo. En de instituten die moet dus zich goed afvragen wat ze willen bereiken. Je kunt wel doen alsof je iedereen wil welkom heten maar niet iedereen wil over een rode loper lopen....of dan om glitter en glamour, maar niet om vervolgens ook nog het gevoel te hebben dat je het niet begrijpt...bij onze pop up galerie krijg je absoluut niet het gevoel dat je het niet begrijpt...en dat mag bij ons. Dat willen we ook.

V: Nou, dat lijkt me een mooie afsluiting!.

27 | 03 | 2012

Utrecht

L: Lara Simons

V: Veerle Devreese

V: - introductie

L: Het hangt er een beetje vanaf wat je onder bottom up verstaat. Want, het is bottom up als iemand uit de straat bedenkt: kom, we gaan buiten spelen en daar mensen uit de buurt voor oproept. Maar zou het geen bottom up meer zijn als er een professional de buurt wakker maakt en hen warm krijgt om het project te dragen?

V: Het is meer de vraag: hoe bottom up kun je gaan?

L: Nou, geloof me, er is altijd iemand nodig, en dat is vaak niet gewoon zomaar toevallig je buurvrouw, die aan een plan moet trekken. Er is altijd iets dat vervolgens door anderen wordt opgepikt, maar het gaat toch vrijwel altijd om een enkele individu of een klein groepje individuen die zich verenigen en die er stiekem wel kaas van hebben gegeten hoe je iets organiseert, hoe je dat aanpakt, hoe je er anderen bij krijgt en dus weten hoe je een project van de grond moet krijgen. Dat vormt toch eigenlijk altijd de voorwaarde om een plan, een idee uitgewerkt te zien worden. De buurt...die wacht af....maar als er iemand op een positieve manier het voortouw neemt..dan krijg je anderen zeker mee. Mensen doen graag mee. Ze hebben graag het gevoel dat ze ergens aan mee doen. Ik heb vorig jaar meegedaan aan Seven days of inspiration, over hoe Nederland aangepakt kan worden en daar was het ook de bedoeling om mensen van onderop, om hen tools in handen te geven om hen zelf project te laten uitvoeren. Ik was destijds stadscoördinator met een ander meisje en we hebben ons werkelijk suf getrokken. Iedereen heeft simpelweg niet even goede ideeën of weet niet goed hoe het aan te pakken. Dus je hebt hele ondernemende strategische figuren nodig. Bottom up klinkt wal zo mooi gelijk en horizontaal, maar je moet daarbij wel beseffen dat het echt niet voor iedereen is weggelegd...ook al mag het...niet iedereen kan het.

V: Of dan misschien: je moet accepteren dat er verschillende rollen zijn binnen bottom up initiatieven?

L: Ja, zeker....maar je hebt dus de touwtrekkers wel minstens nodig om iets van de grond te krijgen. En voor hen is het dan ook weer de kunst om niet te domineren of uit handen te nemen maar anderen enkel te adviseren en aan te moedigen.

V: Want....we zijn meteen in bottom up gedoken maar even terug naar waar ik mijn verhaal inleidde: herken jij het ook dat er een opmars is van tijdelijke interventies in de stad

L: Zeker...en dat heeft dus dan weer te maken met die bottom up.

V: En zie je daar nieuwe vormen in?

L: Ik zie wel een nieuwe vorm van samenwerken. En dat leidt tot het vinden van nieuwe manieren om te innoveren. Heel erg dat zwermgedrag. En ik denk zeker dat nieuwe media en sociale media daar een belangrijke rol in hebben gespeeld. Nog een andere ontwikkeling die door de komst van digitalisering zich ver heeft ontwikkeld is gaming: spelen. Het is aantrekkelijk om dingen samen te doen. En op die manier...als je dat handig inzet...dan kun je gezamenlijk iets bereiken. En dat moet je niet onderschatten: dat dat iets samen bereiken, erg veel plezier oplevert en dat dat de motivatie kan zijn om ergens aan deel te nemen.

[onderbreking]

L: Oke...terug naar gaming... je ziet dat ook bedrijven dat steeds beter doorhebben. Zo had Volkswagen de actie: click zoveel mogelijk met zijn alleen op een volkswagen en degene die op het juiste moment klikt: die heeft een Volkswagen gewonnen. Dat soort voorbeelden....en om door te gaan op die zwartachtige manier... op die manier

zijn ook vrijwilligers te motiveren. Op een zwermachtige manier. Je ziet het steeds meer gebeuren dat ook dat ingezet wordt bij werk. Ken je acht uur overwerken. En daar kom je heel veel mensen tegen die graag samen werken.

V: Maar dan terug naar het grotere plaatje: waarom nu? Waar komt het vandaan?

L: Waarom nu...nou ik denk omdat het individualisme gewoon te ver was doorgevoerd en dat we nu weer iets meer kijken naar om ons heen. We kijken nog steeds wel naar ons zelf en we doen dingen omdat dat handig is.... een netwerk hebben is handig... maar ook omdat we gelukkig willen zijn, en dingen voor anderen doen...dat wordt toch wel ervaren als gelukkigmakend. Dat is een soort hippic-golf.

V: Dus je ziet het als een soort tegentrend?

L: Ja, of een golfbeweging. Daarna zal het wel weer terugtrekken. Je ziet ook wel weer bij de generatie onder ons dat die soms ook weer heel erg met zichzelf bezig zijn.

V: Maar dit zal gelden voor individuen...maar bedrijven, waarom kiezen zij ervoor?

L: Omdat zij zien dat je klanten op een andere manier moet gaan benaderen.

V: Grappig...ik probeer ondertussen te zoeken of je dit soort aspecten kunt categoriseren. Maar kan je dat in hokjes gaan plaatsen? Want, is er een grens tussen bedrijven die iets aanpakken vanuit commerciële overwegingen en een bottom up laag waarin men het doet voorzichzelf....dat is misschien een manier om richting een grens rondom institutionalisering te raken.

L: Nou, je hebt hele commerciële partijen die het lukt....en het lukt hen omdat ze het spelelement en het plezier heel erg vloeiend weten te integreren. Zolang het echt overkomt van: jongens: onze klanten vinden dit leuk, dus dan doen we dit voor hen.... dat gevoel: dat werkt: daarmee heeft de klant weer het gevoel 'costume made beleving. Het publiek krijgt een cadeautje waar of een heel groot logo op staat. Of een verborgen logo op een toffe trui maar waarvan je het altijd rond zult vertellen hoe je eraan bent gekomen en welk merk het is. Als je dus je merk zo naar de achterkant weet te brengen waardoor het menselijk, persoonlijk wordt dan heeft dat effect. Daar ligt ergens de grens. Maar het is echt een gevoelsding. Heel grijs eigenlijk.

V: Ik denk dat sociale media daar ook een bijdrage aan kunnen leveren.

L: Zeker: die geven je het gevoel dat je zelf iets hebt ontdekt. Je hebt een link gevonden. Of een vriend van jou heeft een link gevonden en die is tof. en die vriend ook, dus dan wordt die link als het ware goedgekeurd en die wil jij dan ook weer delen.

V: Dus als je zoekt naar kenmerken: er moet een verrassingsmoment in zitten en daarmee samengaan dat spelelement.

[onderdeel over occupy - niet relevant voor deze scriptie]

L: Nou en dan komen we bij Comme de Garçon en die, die kennen hun klanten heel goed. Zij maken hele bijzondere kleding, hebben daar een zeer specifieke doelgroep voor en die doelgroep die doet alles om die kleding te krijgen. Dus moet je die doelgroep ook het gevoel geven alsof ze die moeite ook echt hebben gedaan. Dus zetten ze guerrilla stores neer in steden maar ver buiten het centrum, altijd op moeilijk vindbare plekken waardoor mensen echt het gevoel hebben iets extra bijzonders in handen hebben...maar eigenlijk is het gewoon een hele sjeke outletstore. Dus je krijgt gewoon de stukken van vorig jaar.

V: Dus je koopt er een gevoel bij.

[verdere uitweiding Comme de Garçon]

V: Oke, dus dat zijn allemaal voorbeelden van commerciële bedrijven...maar weet je er ook meer vanuit artistieke hoek?

L: Culture instellingen die tot dergelijke acties overgaan? even denken. Improve everywhere. En de Yesmen. Die laatste is vrij kritisch en de eerste die doen vooral aan vrij spelen. Hoe kan je mensen op het verkeerde been zetten? Hoe kan je hen anders naar een omgeving laten kijken...dat soort acties.

V: Central Freeze en dergelijk toch?

L: Juist, maar you tube staat echt vol met veel andere praktijken en dat alles gemaakt vanuit de ideologie 'leuk. En daarbij: heel veel mensen vinden het leuk om daar aan mee te werken dus dan werkt het. En die acties...de verspreiden zich over de hele wereld. En de Yesmen brengen niet zozeer veel mensen op de been, maar zij hebben bijvoorbeeld de website van de WTO compleet gekopieerd, alleen brachten zij de boodschap van WTO precies zoals zij die zagen. En ze zijn zo uitgenodigd om namens het WTO te komen spreken. En daar hebben ze daar dus de raarste verhalen opgehangen. Dat heeft voor veel woede geleid.

V: En dan Nederlandse bodem?

L: Mmm, dat hele concept van seven days of inspiration...dat is op gezet door Martijn Aslander die ook op veel conferenties en dergelijke gevraagd wordt. Hij doet bijvoorbeeld aan live hacking etc.... Hij denkt vanuit het idee...we kunnen die overvloed aan sociale waarde in Nederland beter inzetten. Daar wordt het een betere wereld van. Ik denk nu ook aan de club 'Start your own movement' en dat is onder andere opgezet door Martijn Lievaart en hij heeft ook net weer een project opgezet; Doe mee, verlos de zee: en hij gaat dus juist weg van de stad, trok naar zee: heeft daar allerlei bordjes neergezet met de tekst: doe mee, verlos de zee en daaronder allemaal afval neergelegd dat hij gejut heeft. En mensen gingen dat nadoen en dus ook juttten en zorgen dat het afval op hopen terecht kwam...en hierdoor was de gemeente wel genoodzaakt om iets te doen aan die groeiende bergen afval. Terwijl als het afval verspreid was dan zou het zijn blijven liggen. En dat concept, dat idee past natuurlijk ook in steden. En hun bedrijfje: ja, dat gaat er dus ook echt over hoe dit soort ontwikkelingen tot stand komen. Daarbij is ook een voorwaarde: maak het makkelijk kopieerbaar.

V: Oke, mooie voorbeelden! En dan wil die lijn graag doortrekken van voorbeelden naar jouw visie bij de gedachte: kunnen gevestigde cultuurinstituties hiervan leren. Biedt dit nieuwe manieren om betrokkenheid te genereren? Wat denk je daarvan?

L: Ja, maar ik denk ook dat dit ook weer zo'n beweging is die heel populair is maar die ook weer zal afzakken want mensen zullen het ook weer moe worden om overal aan mee te doen. Voor nu is het echt iets waar veel mensen fanatiek mee bezig zijn en die heel maatschappelijk vrijwillig zijn, maar het zal ook weer ophouden.

V: Zie je dat nu al?

L: Mmm, nee, ik zie vooral mensen bij wie het in de genen zit. De zin om maatschappelijke dingen aan te pakken. Maar je merkt ook wel dat die mensen steeds meer gefocust worden op: ik wil hier heel graag aan meedoen, maar ik moet ook mijn huur betalen. Maar anderzijds kan het ook weer ingezet worden om jezelf te profileren. Naast het feit dat het heel leuk is om iets aan te pakken, dat je iets tofs doet, ben je ook ondernemend...je bent daardoor zichtbaar en dat kan weer nieuwe kansen met zich meebrengen. Maar wat je ook niet moet onderschatten...dat er altijd al veel vrijwillige gebeurt en dat dat dus ook een keer het plafond bereikt. Op facebook circuleerde een tekstje waarin een nieuw restaurant in Utrecht verkondigde: We openen een nieuw restaurant en we bieden artiesten en kunstenaars die graag spelen gratis een podium aan. Daarop heeft iemand gereageerd: Beste 'nieuwe restaurant: ik geef binnenkort een feestje we bieden jullie het gratis aan om ons eten te komen brengen... Ja ik denk dat dit soort guerrilla een kans is voor mensen om zich op een hele positieve manier te profileren maar het...

V: Maar het is geen lange termijn oplossing.

L: Juist. Je verdient er nog geen geld mee.

[niet relevant]

V: Vanuit jouw werkzaamheden richt jij je vooral op de stad, maar heb je ook zicht wat er buiten de stad gebeurt?

J: Nee, eigenlijk niet. Ik ben zo op de stad gefocused. Dat idee van red de zee...ja, dat is interessant maar ik heb geen overzicht van wat er zoal verder gebeurt.

V: Maar zou het een aanname kunnen zijn dat het juist een fenomeen is dat hoort bij de stad?

J: Zeker. Omdat kunst en cultuur hier veel meer leven. En omdat je hier eerder iets anoniem kunt doen. Denk aan een Flashmob. In een dorp zou men denken: wat is die nu aan het doen? Dus de aanwezigheid van een anoniem publiek werkt mee.

29 | 05 | 2012

Amsterdam

M: Martijn de Waal

V: Veerle Devreese

V: (stelt zich voor) ...En ik wil onderzoeken hoe stedelijke interventies, maar dat kunnen echt analoge, pop-up stores, naar guerrilla theater, dat soort happenings, echte eenmalige kortstondige gebeurtenissen, hoe dat enerzijds te plaatsen is in deze tijd, van mediatiseren en dergelijke, of daar een relatie tussen te leggen is, gewoon dat alles sneller moet. Maar goed, zo en vervolgens wil ik de vraag stellen eigenlijk, wat kan de meer gevestigde cultuursector, de geïnstitutionaliseerde wereld hiervan leren? Dus dat is een beetje en het is heel verkennend dus nu ben ik gewoon even met mensen aan het sparren.

M: Nou, als je zegt van: past het in deze tijd, is dat dan een interessante vraag of is het meer...

V: Nou, hoe van meer, gewoon 1: herken je een fenomeen, daar begint het eigenlijk. En dan, hoe valt het fenomeen te plaatsen, zoiets, zo bedoel ik het meer.

M: Jaja, juist mijn eerste reactie zou zijn dat je eerst de kwalitatieve aspecten begint te onderzoeken, dus niet zozeer een soort ontologie van het fenomeen ofzo, maar meer van: waarom is het fenomeen interessant? In plaats van hoe moeten we het...

V: Nee, nee

M: Maar zo bedoel je het ook?

V: Waarom is het interessant? Ik vind het zelf interessant en ik denk dat de kunstsector, de cultuursector er iets van kan leren.

M: Precies.

V: Maar dus begint het bij de vraag, is er sprake van een fenomeen, toch? Of herken jij dat?

M: Ja, nee zeker, dan ehm, met die opkomst van de digitale media is er zeker een, precies die voorbeelden die jij geeft, is het makkelijker geworden om op een soort instant manier allerlei mini- events te organiseren. Denk aan flashmobs, pop-updingen, het zigzag festival laatst in Rotterdam, ben je daar geweest? Die digitale media, wat die eigenlijk doen, is dat ze hte mogelijk maken om gewoon, echt stedelijke ruimtes, eigenlijk te herprogrammeren. Dus je kunt zeg maar zeggen van: oke we gaan hier dit doen en vervolgens kun je een groep mensen daar omheen mobiliseren. En dat varieert van zeg maar rellende bendes in Londen, of op het Tahirplein in Cairo. Bij uitstek is de digitale media, de mobiele media, een tool om op korte termijn dat soort dingen te organiseren. Die netwerken.

V: En anderzijds heb je, want dat wordt allemaal digitaal aangezwengeld, maar gaat het niet juist meer om de analoge momenten?

M: Ja, natuurlijk.

V: Gewoon, ik was er bij.

M: precies, ergens zijn, dat legitimeert het feit dat je al die mensen ook fysiek bij elkaar weet te brengen in het geval van politieke demonstraties zo, dat legitimeert je. Kijk je bijvoorbeeld op internet, maar dat blijft toch een beetje zweven op internet. Het moment dat je inderdaad echt honderdduizenden mensen op een plein bij elkaar weet te brengen, of twintig mensen, hangt er een beetje vanaf wat het is, ja dan gebeurt het dus.

V: En is het enkel de nieuwe mediamogelijkheden die dit soort dingen stimuleren?

M: Naja, ik weet niet enkel, maar het maakt het wel makkelijker. Al voordat er nieuwe media waren, waren er revoluties. En ik las ergens bijvoorbeeld, niet zo heel lang geleden, in Iran in 1980, dat wordt wel de cassettebandjesrevolutie genoemd. Zoals Egypte nu de Facebookrevolutie wordt genoemd. Toen gaf iedereen elkaar cassettebandjes door met opruiende teksten, praat enzovoorts. En de Franse revolutie was zo'n beetje de

spotprentenrevolutie zeg maar. En dus je hebt altijd wel, meestal wel een media.. Weet je wat natuurlijk wel een bredere ontwikkeling is, is in zekere zin eentje van de-institutionalisering. Dus als je bijvoorbeeld kijkt naar dingen, Malcom Gladwell had daar bijvoorbeeld een mooi artikel over, over de burgerrechtenbeweging in de jaren '60 in Amerika, hoe die was, hoe die werd georganiseerd. En daarin speelden eigenlijk instituties een hele belangrijke rol, vooral ook kerken en andere plekken. Dus mensen werden vooral op dat soort plekken opgeroepen tot actie, dus daar heb je Facebook niet voor nodig, maar je hebt iets van een institutionele omgeving nodig waarover je dan, die omgeving was natuurlijk ook, die zijn nog redelijk top-down, dus de voorganger heeft ook een grote autoriteit en er is ook veel onderlinge sociale controle, dus je ziet ook van elkaar of de een wel mee doet en de ander niet. Dus daar was ook die hele institutionele omgeving, de vakbonden ook, die hele institutionele omgeving, een soort aan de ene kant bestaan die bewegingen en ze zijn gelegitimeerd omdat de mensen erachter verenigen. Maar het zijn leiders die binnen een vrij hiërarchisch model, lijnen uitzetten. Nu gaan we deze kant op, nu gaan we die kant op, en mensen die volgen dat. Er moet natuurlijk wel voedingsbodem voor zijn, ze kunnen niet zomaar wat roepen, het is niet compleet top-down, maar je ziet natuurlijk wel, dat dat soort institutionele omgevingen, zowel politiek als economisch maar ook op het gebied van identiteitsvraagstukken, bijvoorbeeld...

V: En dan kan je het weer koppelen aan cultuur

M: Zijn minder belangrijk geworden, jij noemde natuurlijk de verzuiling en dat bepaalde voor een groot deel bij welke club je hoorde en naar welke kerk je ging en in zekere mate naar welke sportvereniging je ging, welke bakker of slager of enzovoorts en de rol van die institutionele partijen is natuurlijk veel minder geworden, de afgelopen dertig jaar. Veel zijn niet helemaal weg, maar ze hebben veel minder autoriteit, als de dominee zegt: we gaan meedoen met occupy dan...

Wat we daarvoor in de plaats hebben gehad, is een ontwikkeling van, sommige mensen zeggen van individualisering, maar met individualisering wordt dan niet bedoeld dat je helemaal in je eentje bent, maar wordt bedoeld dat je meer en meer zelf kiest tot welke groepen en netwerken je hoort. Het is dus niet zo dat we eenzamer zijn geworden, maar je creëert meer keuzevrijheid, mensen sluiten zich nog steeds...het is toch een universele menselijke behoefte, sluiten zich nog steeds aan bij bepaalde groepen, maar hebben daar de grootste keuze in en het beroep dat die groepen op je doen, is ook vrijblijvender. Je kunt je er ook weer aan onttrekken en de sociale controle is ook kleiner.

V: Maar hoe koppel je dat dan aan mijn issue van stedelijke interventies?

M: Nou, juist die anonieme stedelijke omgeving he In tegenstelling tot het platteland. En daar komen we dan bij, want wat je eigenlijk ziet is, een fenomeen en dat heeft Barry Wellman, zegt dat individualisering is kiezen voor de kudde, een heel leuk boek, ik weet niet of je het kent, het is alweer een jaar of acht oud ofzo, op sommige punten een beetje achterhaald, maar die inleiding schetst wel een mooi beeld van individualisering en her collectivisering. Barry Wellman heeft het over networked individuals, we zijn individuen, maar we zijn genetwerkt. We zijn individuen, maar maken ook deel uit van steeds meer verschillende netwerken, we zijn collega's, we hebben een netwerk van vrienden van de ene hobby, een netwerk van vrienden van de andere hobby, er is niet een club mensen waar we alles mee doen, maar we hebben netwerken van vrienden. Die kuddes waar Davendak en Humkamp het over hebben, zijn van groepen waar wij ons wel bij aangesloten hebben, en we ons tot aangetrokken voelen, maar ze mogen ook weer niet al te groot beslag op ons leggen. Want dan, dan wordt het teveel, we zijn wel heel erg gesteld op ons eigen ... Maar het interessante van dat netwerk, individualisme, je hebt dus eigenlijk zelf een soort centrum en daaromheen allemaal netwerken, en dat is natuurlijk precies hoe die sociale netwerken ook werken. Facebook: je bent zelf in het midden, en daar omheen heb je 800 vrienden, en twintig daarvan zijn collega's en dertig daarvan zijn iets anders en nog iets anders, maar die mensen, die mensen die hier weer zitten hebben ook weer een heel netwerk van wat dan ook. En voor een deel overlapt dat, maar voor een deel ook niet. En die architectuur van het netwerk individualisme, maakt het dus ook mogelijk om dingen, om groepen mensen te mobiliseren. Als iemand hier zit en zegt oké: laten we een flashmob doen, dat is een beetje ene idee van zo'n viral, dat begint hier en die zet het in zijn netwerk en er zijn vijf mensen die denken hey dat is interessant en die nemen dat over. En de validatie zit niet zozeer in de top-down, de priester zegt je moet dat doen, maar dat de mensen in jouw eigen netwerk dat zeggen,

maar op een gegeven moment als het door meerdere mensen weer wordt opgepikt, komt dat bericht ook op twintig, dertig manieren, dus dan zie je dat inderdaad van die 800 mensen, er dertig mensen zijn die het hebben geliked of die het hebben. Het is een soort andere dynamiek waarop, Maar in ieder geval vanuit al die individuele handelingen en goedkeuringen ontstaat een soort patroon ook van...

V: En dat brengt mensen dan weer bij elkaar

M: En dat kan mensen bij elkaar brengen. Maar, je moet een beetje oppassen, het is natuurlijk niet zo dat die technologie dat veroorzaakt, het gaat in de eerste plaats om de issues en daarbij moeten ze voldoende betrokken zijn. Als dat niks is, kun je Facebooken wat je wil, maar dan gebeurt er niks. Maar het maakt het wel mogelijk om, als zoiets is, en zij kennen dat, het naar voren te brengen en te mobiliseren rond zo'n issue, dat maakt het een stuk makkelijker.

V: Okee, maar eerst moet er toch dat issue zijn. Heel logisch. Maar het issue als kwestie koppel ik nu aan ook die revolutie, dat hoeft niet zo te zijn voor stedelijke kortstondige interventies toch? Ik bedoel, het kan veel luchtiger dan dat. Of zie je dat ook als een vorm van revolutie?

M: Nee, nee kijk je kunt een interventie natuurlijk op verschillende manieren doen. Je kunt een pop-up store doen, commercieel insteken of een flashmob voor iets heel ludieks, en dan kun je zo'n netwerkstructuur gebruiken om mensen daarvoor te mobiliseren, er is iets daarin voor jou. Wat natuurlijk een ander type interventie is wat je wel ziet, dat is eigenlijk gericht om op al die verschillende werelden die er zijn, om die tijdelijke overlap, zeg maar even zichtbaar te maken. Wat je wel ziet met digitale media, is eigenlijk dat je een grote tendensen- dat schrijf ik ook in mijn proefschrift, aan de hand van Emil Townsed, dat je, er is sowieso een bredere tendens, in ruimtelijk ordening zijn er eigenlijk twee tendensen die tegenstrijdig zijn en tegelijkertijd gebeuren. Enerzijds is er ruimtelijke uitsortering dus specifieke groepen mensen die steeds meer bij elkaar in de buurt gaan wonen, vooral in Amerika zie je dat heel erg, dat je per etniciteit een bepaalde wijk, of per inkomensgroep een bepaalde wijk,

V: Maar misschien ook zoals Jan Lasse zegt in Utrecht gaat de wijsheid van Nederland wonen,

M: In Utrecht gaat de wijsheid van Nederland wonen precies beetje op die manier, een soort uitsortering, ruimtelijke uitsortering, van hier wonen de republikeinen, daar wonen de democraten, enzovoorts. Dat is een tendens die er is, maar tegelijkertijd zie je, op andere plekken zie je een ontwikkeling en in Nederland zie je het vooral in oude stadswijken die een beetje aan het identificeren zijn, van living together, apart. Dus ik woon in de Indische buurt, en daar heb je, jonge tweeverdieners, die zijn daar pas komen wonen, twee jaar misschien, je hebt wat studenten, je hebt heel veel verschillende allochtonen, je hebt Marokkanen, Turken, beetje Surinamers, en je hebt nog een beetje van die Jordanese Amsterdammers. Niet zoveel meer, maar ze zijn er nog wel. Die wonen allemaal in een buurt, maar in die buurt en eigenlijk ook daarbuiten, hebben ze allemaal een eigen netwerk van plekken. Dus zeg maar, het hippe loungecfe zit naast het Turkse koffiehuis, dezelfde plek, maar cultureel een heel eigen wereld. En wat nieuwe media nou doet, die maakt dat door elkaar lopen van die verschillende werelden makkelijker. In die zin dat je met aanbevelingsdiensten als, ik noem maar wat met Lens, of Tomtom of , het maakt niet zoveel meer uit waar het is, je vind toch wel je eigen subcultuur. Dat apparaat vertelt o nee, je moet niet in dat poortje, terwijl je dat niet zelf ziet, of je denkt rare buurt, ik zie allemaal Turkse koffiehuisen, maar je telefoon zegt: daar om de hoek daar zit jouw crowd, daar moet jij zijn. Dat maakt het wat makkelijker om je ook thuis te voelen.

V: Dus je hoeft niet meer in Utrecht te gaan wonen om gewoon je mensen te vinden, je kan ze overal vinden.

M: Je kunt ze overal vinden, tot op zekere hoogte. Je moet wel een, je hebt wel een soort minimale fysieke aanwezigheid van jouw tribe nodig natuurlijk. Als er heelmaal niks is, dan dan...maar goed. In sommige wijken zul je meer living together apart zien, andere wijken juist wat meer gespecialiseerd, sommige mensen vinden dat juist ook prettig, om inderdaad helemaal gespecialiseerd in de eigen groep te wonen, andere mensen vinden het... Het is niet een eenduidige beweging, maar wat je nou ziet, dat de vraag, of de opdracht in het publiek domein, is natuurlijk van: kun je nou iets verzinnen om die verschillende werelden nou wel eventjes samen te brengen.

V: Je bedoelt verschillende culturen?

M: Verschillende culturen, ja. Hoe je het wilt noemen, dat je die toch eventje laat ehm, dat is iets anders dan een groep mensen mobiliseren rondom iets, he waarvan ze zelf denken dat is leuk, hier gaat juist het om het mobiliseren van mensen voor iets wat ze misschien niet zo snel zelf zouden doen.

V: Waar denk je nu aan?

M: Nou, bijvoorbeeld heel veel van die kunstinterventies gaan hierover, bijvoorbeeld Body Movies van Lazalo Hammer, ik weet niet of je dat project kent, dat is in 2000 in Rotterdam op het Schouwburgplein gepresenteerd, het is ook de hele wereld over gegaan, maar het wa eigenlijk een soort spel-achtige installatie die toevallige passanten op het Schouwburgplein even in een soort spel-achtige situatie met elkaar verbindt. Ook maar heel kortstondig. Het gaat er niet om om, je hebt ook wel een beetje van die, maar dat zijn dan meer van die top-down projecten van al die verschillende culturen moeten elkaar gaan kennen en dan maken we een website en dan kan iedereen zijn eigen verhaal vertellen en dan leren de mensen elkaar kennen. En dat werkt dus vaak niet zo, Omdat mensen niet per se interesse hebben om, ze hebben misschien best wel interesse in, of ze zijn niet per se niet geïnteresseerd, maar ze zijn er ook niet per se naar op zoek. Dus je moet veel, actiever dat programmeren of gaan organiseren.

V: Meer dat sociaal artistieke....

M: Ja, eigenlijk gebeurt dat wel. Maar dan programmeer je het ook echt he, van nu gaan we met zijn allen iets doen ofzo. O fje ziet ook wel plekken die van een soort verschillende levensstijlen een soort verschillende symboliek hebben, maar daardoor wel door al die verschillende soorten mensen, groepen gebruikt wordt. Coffee Company bijvoorbeeld, is voor jonge allochtonen is dat iets van modern, dat je succesvol bent, en voor de creatieve klasse is het juist een plek waar je een beetje alternatief kunt zijn he, met je laptop een beetje gaat zitten werken, een soort ambigue, voor verschillende groepen mensen betekent het iets anders en daardoor maken verschillende groepen er gebruik van.

V: dus jij benadert stedelijke interventie als een manier ook, om verschillende groepen op 1 plek te krijgen.

M: Nou, ze zijn al op 1 plek, maar om ze vene notie van elkaar te laten nemen.

V: want ook een mogelijkheid die ik nu nog openhoud, is vanuit waar ik begon, vanuit pop-up gegeven is ook iets dat ingegeven is door een enorme zapcultuur, door de media. Want ik bedoel, waar gaat het heen? Gaat de wereld alleen maar pop-ups worden, of...

M: Hmm....nee niet alleen maar, maar wel meer en meer. Maar er zit denk ik toch in de manier waarop mensen gewired zijn, toch wel iets van consistentie, een soort behoefte aan consistentie, dat mensen gewoon, ik noem maar wat, dat mensen in een wijk wonen en die wonen er al dertig jaar, en die zitten altijd op dat ene bankje. En dat is belangrijk, juist dat fysieke aspect, is belangrijk. Natuurlijk kun je dan pop-up met elkaar afspreken, weet je wat we gaan even met elkaar op een ander bankje zitten, maar dan.. of als er iemand anders op dat bankje zit, dan vinden ze toch dat het hun bankje is.

V: Dat is grappig, want ik heb deze vraag in België ook gesteld en toen reageerde iemand: Ja, maar we willen juist in dit tijdperk af van consistentie...

M: Goed, het is natuurlijk niet of of. Maar het is en en.

V: Dus je wilt wel zappen, maar toch steeds terug kunnen komen bij De Wereld Draait Door?

M: Naja, weet je mensen zappen wel, maar mensen hebben maar iets van 8 tot 10 kanalen waar ze langs zappen. Ondanks dat ze er 40,50 of misschien wel honderd hebben. Er zijn een paar kanalen, daar voel je je een beetje thuis, daar trek je een beetje rond en daarbinnen wil je een beetje verrast worden. Het is een beetje van allebei he, je wilt een aantal vaste ankerpunten hebben, vaste routines, en daarnaast wil je..

V: okee, dat bankje wil je terug zien, je gaat graag terug naar dat ene fijne cafe, maar wat is de rol van cultuur daarin dan?

M: Het hangt er een beetje vanaf hoe je cultuur definieert.

V: Brede cultuursector, echt de gevestigde. Gewoon nu even.

M: Hoe die daarop in kunnen spelen bedoel je?

V: Of gewoon: welke rol hebben zij? Moeten zij...het is heel breed.

M: Nou, van dat pop-upisme kun je heel erg gebruik maken, juist op het moment dat je zegt nu ga ik even een buitengewone culturele ervaring opdoen, dus juist niet het alledaagse leven, het bankje is leuk, maar nu wil ik even een expertise, een ervaring dan wil je juist wel...dan vind je het juist spannend, leuk dat het niet een plek is, die je niet kent, dat is ook een beetje de lol van cultuur. Het heeft die functie toch, dat ervaringen die niet de jouwe zijn, dat die dingen voelbaar gemaakt zijn, in een verhaal in een..

V: Maar dus wel in het theater?

M: Dat kan, maar juist dit biedt de mogelijkheid dit op allerlei nieuwe plekken te gaan doen. En dat zie je natuurlijk ook wel, met bijvoorbeeld Festival aan de Werf waar ik vorige week was, die voorstellingen nu altijd wel leuk natuurlijk. Dat je naar een woonwijk gaat en dat ze ook voorstellingen hebben gemaakt met mensen die voor hun raam gaan staan, dan krijg je een koptelefoon op en hoor je verhalen die ze vertellen, dat is wel aardig. Dat komt waar op dat punt van hoe creëer je overlap, tussen die werelden, juist omdat je die ruimte doorzoekbaar is gemaakt door die digitale laag, hoeft je theater niet meer per se in het culturele district te zitten, maar kun je ook midden in de Indische buurt een activiteit doen, mensen vinden het wel. Juist op die manier kun je groepen uit hun oorspronkelijke context halen. Dus voor de culturele invulling is juist op dat gebied, heel veel eh. Winnen.

V: Is het een taak van de cultuursector dat zij die overlap creëren? Want je kan ook andersom denken: De cultuursector heeft nu als taak gewoon bereik zoeken, en moet vanuit die hoek denk ik moet het gewoon gaan doen.

M: Je kunt juist daar heel handig op in spelen. Mensen zijn het steeds meer gewend om euh. Ze willen juist aparte ervaringen, maar wel weer duidelijk gekaderd, en daarna ga ik weer terug naar mijn eigen plek, keer ik terug naar mijn eigen leven.

V: Dus eigenlijk koppel je dit dus toch ook echt aan een spektakelmaatschappij?

M: Ja, het is een dunne grens he. Er blijft een soort tegenstelling tussen enerzijds de culturele ervaring en anderzijds de platte experience. De platte experience, denk dan aan de Efteling en commercieel gewing en de culturele ervaring is daar en tegen verheffend en noem maar op. Maar je zou kunnen zeggen, wat is nou het doel van die culturele ervaring, dat is toch het creëren van een ervaringskader waarin je je verplaatst in een situatie en een ervaring van iemand anders met een andere kijk op de wereld, belevingswereld etc en ofwel identificeer je je daarmee ofwel zet je je daar tegen af. Dat is toch een functie van cultuur. Daar leer je van. En dat kun je dan puur in een soort verhalende constructie doen, maar dat kan ook gewoon in de echte wereld. Een safari zeg maar. Is dat dan een platte experience? Voor een deel is het misschien juist wel, op dat gebied een vorm van voyeurisme. Op een afstand notitie nemen hoe andere mensen zich gedragen.

V: Maar is dat bijna niet de stad als decor? Of ben je daar wel onderdeel van?

M: Nou ja, decor? Voor een deel. Maar is dat decor? Je ervaart dat. Dat is echt, toch? Het gaat om dat ervaringskader. En soms is dat ervaringskader bedacht door marketing en soms door de kunstenaar.

V: Maar vind je dat de cultuursector van dit soort happenings kan leren?

M: Ja, tuurlijk. Dat denk ik zeker. Ik denk dat er heel veel mogelijkheden zijn, maar goed, op een moment worden mensen er vermoedelijk ook weer moe van en willen ze gewoon even comfortabel in een schouwburgstoel neerstrijken met een glas witte wijn in plaats van weer een tochtge fabriekshaal. Maar ik denk wel dat het gaat om 'en en'. Die institutionele organisaties zijn ook belangrijk en zullen niet weggaan.

V: Maar misschien moeten ze wel anders gaan functioneren.

M: Nou ja, misschien daarnaast. Kijk het lastige is dat zo'n een culturele instelling ook verschillende functies heeft. Een functie is het aanbieden van dat kader, maar ze hebben ook een economische functie in de zin van dat de elite elkaar ontmoeten in het concertgebouw in een omgeving waarin zij zich prettig voelen en omdat die omgeving daar is komen ze elkaar daar tegen. En daarvoor heb je een iconische plek nodig.

V: En tot slot: de houding van steden en diens beleid?

M: Op cultureel vlak of sociaal? Steden kampen nu natuurlijk met leegstand en juist tijdelijkheid en dat pop-up achtige biedt hele mooie mogelijkheden om op allerlei dynamische manieren te laten gebruiken door collectieven. En

dan kom ik toch weer terug op het originele punt dat die digitale media die maken het veel makkelijker om op een niet institutionele manier in netwerkverbanden dingen te organiseren, al dan niet tijdelijk. Dat is het hele punt. De stad is natuurlijk altijd al een marktplaats. Je hebt er heel veel soorten mensen dicht op elkaar. Ee je hebt er dus altijd een afzetmarkt. Of je nu puur economisch of cultureel denkt. En dat marktmechanisme is in een stad altijd een puur fysiek element geweest. Op cultuurvlak bijvoorbeeld: Dit is de straat waar de homo's uitgaan zeg maar. En wat digitale media nou doen is dat marktmechanisme op een bepaalde manier ontruimtelijken. Je hoeft niet perse meer naar die homostraat. Je kunt elkaar ook anders ontmoeten. De scene komt natuurlijk van scene, een specifieke plaats. Maar de scene en scene worden door sociale media op een bepaalde manier van elkaar losgekoppeld. Maar ook weer niet helemaal, want uiteindelijk heb je ook weer iconische plekken nodig. Zoals een koffiebar. Maar het maakt het marktmechanisme wel veel vloeiender. Veel makkelijk om ook tijdelijk plekken te adopteren.

V: Nou, mooi gezegd. Daar kan ik wel wat mee. Komt er nog iets in je op waar ik niet naar gevraagd heb?

M: Het lastige van discussie is natuurlijk wel dat er een aantal beleidsterreinen en manieren van kijken naar de stad door elkaar heen lopen. Die sociale ontwikkelingen, Technologische ontwikkelingen en culturele ontwikkelingen. en die hebben natuurlijk wel met elkaar te maken maar je moet ook weer, als je iets zinnigs wil zeggen dan moet.

V: Ja, dat is het lastige aan dit verkennende onderzoek

M: Ja, wat is dan de functie van culturele instellingen he? Als het gaat om de sociale functie en dan is het zonder meer een uitgelezen kans om nieuw publiek kennis te laten maken met. Als je zegt het gaat om een culturele functie: het aanbrengen van een ervaringskader dan kan dat ook. Ruimtelijke aspecten als nieuwe discipline, waar makers ook naar op zoek zijn.

Kijk je naar een economische functie. Lowbudget. Maar die functies bestrijden elkaar natuurlijk ook weer. Want de legitimatie van het concertgebouw` die zal niet hardop zeggen dat het een meetingplek is voor de elite. Dat mag je eigenlijk niet zeggen want dan wordt de subsidie afgeschaft. Maar dat is het wel. Het is een clubhuis voor de rijken. Niet uitsluitend.

M: Kijk, de culturele sector heeft natuurlijk de opdracht om voor iedereen te zijn, terwijl natuurlijk het succes is als ze niche zijn, voor een bepaalde doelgroep, dus daar zit een zekere spanning bij. Als iedereen echt naar het concertgebouw zou komen dan zouden rijken kijken naar iets anders. Dus ik denk dat het voor je scriptie heel belangrijk is dat je die functies naast elkaar goed benoemt.

23 | 04 | 2012

Brussel

H: Heidi Ballet

V: Veerle Devreese

V: Introductie - Maar voor we van wal steken hoop ik dat je kort kan omschrijven wat jouw achtergrond is.

H: Mijn achtergrond, ik heb lang gewerkt als assistent Curator van Jan Mot hier in Brussel op de Danseartstraat en ben daarbij initiatiefnemer van Komplot. Komplot is een curator collectief in wisselende samenstelling en conditie sinds 2002 en Komplot kenmerkt zich door het ontwikkelen en onderhouden van nomadische creatieve praktijken en trends. Wij proberen om de Vlaamse en Franse grenzen te overschrijden. Grenzeloos te overschrijden.

V: En hoe doen jullie dat?

H: We proberen steeds weer met heel weinig geld dat beschikbaar is projecten te organiseren. Zo hebben we Midi Zuid opgezet waarbij het draaide om gentrification en speculatie. Door dat hele lage budget gaan we echt voor de basis. Van de Franse gemeente krijgen we op dit moment meer dan van de Vlaamse kant en daar moeten we het dan mee doen. Op dit moment hebben we een gebouw voor een korte periode en daar willen we dan wat mee doen. Wat we nu doen is bijvoorbeeld jonge kunstenaars een platform bieden. [slecht verstaanbaar] En daarnaast organiseren we ook happenings...of we maken nu ook een boek...het hangt er gewoon wat we willen doen en wat er op ons pad komt, hoe we dat kunnen aanpakken.

V: Dus, als ik het goed begrijp, is het ook aan jullie: de initiatiefnemers, wat er op jullie pad komt, bepalend voor wat Komplot aangaat?

H: jaja. Absoluut.

V: En dat is het voordeel van een kleine organisatie...

H: Dat is een voordeel en een nadeel. Enerzijds heb je alles wat je wil doen...je moet voor alles plannen formuleren om subsidies aan te vragen en zo. En dat kost heel veel tijd en dat is lastig wanneer je organisatie maar uit twee echte vaste krachten bestaat. Anderzijds...als je een plan hebt, dan kan dat vrijwel onmiddellijk. Dat is het voordeel: we kunnen heel snel handelen.

[niet verstaanbaar]

V: Grappig, je merkt duidelijk dat je een productionele achtergrond hebt waarin je hebt leren denken vanuit de uitvoering...De artistieke makers die ik tot op heden sprak die dachten niet vanuit al die technische en praktische aspecten. Maar dat is juist goed voor de variatie in dit onderzoek. Begrijp me niet verkeerd. Maar dus enerzijds erken je dus...

[niet verstaanbaar]

H: Het heeft er natuurlijk mee te maken dat het moeilijk is om als organisatie in zowel Vlaanderen als Wallonie te opereren en juist overbruggingen te willen realiseren terwijl er niet de behoefte is vanuit die twee gebieden op beleidsvlak.

V: Zijn samenwerkingen belemmerend

H: Zeker, ik heb de indruk, maar ook de ervaring dat je dan voortdurend op de toppen van je tenen moet lopen om te voldoen aan uiteenlopende beleidsplannen die je nodig hebt om iets financieel te kunnen realiseren, maar het ook eigenlijk weer onmogelijk maken om iets inhoudelijk scherp te realiseren. En dan zijn we bij Komplot toch tamelijk

praktisch ingesteld en aten we zowel kaas, van zoals je zelf al zei: produceren als ook cureren...wanneer je deze ambities hebt kun je het een ook niet los laten.

V: Maar op de toppen van je tenen lopen beperkt je dus in spontane keuzes.

H: Nou ergens wel. In België lijkt er weinig spontaan te kunnen gebeuren en de focus ligt voortdurend op de politiek en het spel. En wanneer je als organisatie dan ook nog eens over die twee gebiedsgrenzen van Vlaanderen en Wallonie wil, dan kom je helemaal in een niemandsland terecht waar niemand oren heeft naar je verhaal en vooral met politieke spelletjes bezig is om het eigen hachelkje te bewaken.

V: En Komplot begeeft zich dus in dat grijze gebied.

H: Wel, grijs gebied: ja, want we kiezen voor buiten de reguliere paden en kiezen niet voor scheidingen maar cross overs...iets dat meer en meer zou moeten in België anders verscheurd het alleen maar verder. Juist door als nomaad te fungeren zouden we steeds weer bruggen kunnen slaan, maar daar is wel geld voor nodig. Kijk, onze website: die bestaat uit drie talen: we staan open voor iedereen, denken niet in hokjes. Maar we zijn ook klein.

Kijk, een organisatie als Wiels, daar willen mensen hun naam ondertussen wel aan verbinden omdat het zo groot is. Daar durven de overheden ook wel iets in te zien. Maar Komplot is dermate klein waardoor het moeilijk is om dat van de hogere hand vanuit beide perspectieven gefinancierd te krijgen. Daarbij is er de teneur dat ze van elkaar denken: laat het de andere kant maar regelen. En dan blijven wij daar altijd hangen.

En dat is gek, dat is niet van deze tijd.

[niet verstaanbaar]

H: En we gaan echt met mensen vanuit beide gebieden om, maar toch blijf je de verwijten krijgen dat er bijvoorbeeld 'teveel Vlaamse kunstenaars geprogrammeerd staan, of andersom....en zo zijn we dus voornamelijk beleid steeds heel voorzichtig aan het opstellen.

V: Dus, de maatschappij heeft er wel oren naar, maar het komt niet overeen met het beleid van de beide gebieden...dan kom je in een politiek spel terecht?

H: Ik denk dat in de realiteit veel meer gemengd hoort te zijn. het is onmogelijk om dat juist zo te scheiden.

V: Maar als die maatschappij er oren naar heeft: hoe merk je dat dan? Werkt het dan vervolgens? Wie komen er?

H: Nou, ik vrees dat er toch minder Franstaligen komen. Minder in ieder geval.

V: Komt dat misschien omdat de meerderheid van de organisatie Vlaams is?

H: Ik denk eigenlijk dat het vooral komt omdat de organisatie, wij dus, degenen die daar achter zitten, toch een persoonlijk grotere Vlaamse achterban hebben. Er komt wel gestaag meer Franstalig publiek...we doen daar wel ons best voor. Maar het is eenvoudiger je eigen achterban op de been te brengen. Dus we moeten meer Waalse ambassadeurs aan ons binden. Wat daarbij ook belangrijk is....het verschilt van de locatie waar we weer iets doen. We hebben soms ergens een expo in Brussel en dan komt er zeker Franstalig publiek. Maar wanneer we de buurt van Antwerpen iets doen, dan wordt dat alweer moeilijker. Dan is het logischer dat je meer Vlaams publiek hebt.

V: Dus jullie reizen echt door het hele land, België dus?

H: Ja, we doen ook projecten buiten Brussel. Hoofdzakelijk Vlaanderen dan.

V: Dus daarmee groeit jullie netwerk wel lokaal maar niet zozeer voor Wallonië..

H: Ja, en daarbij proberen we dan samen te werken met steeds weer andere partijen en dat zorgt er natuurlijk voor dat ook het netwerk van die partijen gestimuleerd wordt om te komen en dus deel te nemen aan iets dat de grensgebieden overstijgt.

[niet verstaanbaar]

V: Waar zit hem dat in?

H: Wij tonen wel echt dingen die anderen die niet snel door anderen getoond zouden worden. En dat komt er misschien door dat niet alles van eve goede ambachtelijke kwaliteit is, maar euh, wel conceptueel uitdaagt en daarmee ook een andere dynamiek vraagt.

V: En jullie zijn een jonge club?

H: Ja, rond de midden dertig/ veertig, maar we doen het al een poosje dus we begonnen ook nog een stukje jonger. En vervolgens merken we dat we ook wel een jong publiek aantrekken.

V: Waarom? Komt dat door het projectmatige en steeds weer op een andere locatie?

H: Nou, ik denk vooral dat het komt omdat bij ons alles kan. Wanneer je bij andere organisaties aanklopt, dan moet alles door de molen. Daar hoort een toch tamelijk vuil woord bij: alles is daar teveel geïnstitutionaliseerd. En juist dat zoveel vastligt, dat belemmert creativiteit en vrij denken. Dus daarom biedt Komplot ruimte voor misschien vooral jongere mensen die daar nog wars van zijn en ook nog vol dynamiek zitten om op zoek te gaan naar alternatieven.

We werken heel reflectief. We gaan heel snel zeggen, kom maar. Die drempel is niet zo groot. Wij hebben dat totaal niet. Wij tonen heel veel dingen en achteraf gezien is dan dan goed en soms ook niet. Er kleven ook nadelen aan het zo snel aangaan, maar dat klopt bij onze identiteit: we garanderen, verrassing en daarmee uitdaging, dat is onze kwaliteit, niet dat je met zekerheid goed ambachtswerk treft: dan moet je voorzichtiger zijn.

V: En erkent een stad als de gemeente Brussel jullie dan?

H: Dat weet ik eigenlijk niet goed. We hebben volgens mij nooit geprobeerd om bij de gemeente zelf subsidie te verkrijgen. Waarschijnlijk wel. Maar zal het moeten opzoeken.

V: Maar als jullie dan bijvoorbeeld naar Antwerpen gaan om daar een project uit te rollen: hoe reageert de stad dan? Worden jullie met open armen ontvangen of juist bijvoorbeeld tegen gewerkt met allerlei regels?

H: Mmm, waar we altijd wel strategisch voor kiezen is om te proberen samen te werken met een andere VZW. En dat helpt in te bedden. Maar dat betekent dus wanneer we iets in Wallonie doen, dat we niet met VZW's te maken hebben maar met de stichtingen daar en daar is het minder goed ontwikkeld. Het betekent voor ons dat we hoe dan ook twee soorten boekhouding moeten bijhouden. Wanneer we subsidie aanvragen voor de Vlaamse kant moet dat anders dan wanneer we subsidie aanvragen voor de Waalse kant. De statuten verschillen.

V: Daar zit dus een letterlijke belemmering. Dat belemmert het dus om te gaan voor iets als 'Brussel Breed'

H: Natuurlijk: dat moedigt het niet overal te gaan aanvragen of er een geheel van te smeden. Onze norm is dat belangrijk is om niet te denken in grenzen, maar voor het beleid kun je niet anders.

V: Dus jullie maken een inhoudelijke keuze maar praktisch is hij alles behalve.

[niet verstaanbaar]

H: Maar dat neemt niet weg dat er ook een ander soort erkenning kan zijn vanuit een stad. We kunnen wel mee in promotie en dergelijken.

Afwijkende trajecten zullen hoe dan ook minder voorrang krijgen omdat een gemeente ook minder weet waarin het investeert. En het is voor Brussel ook lastig om dan het koft van de koren te scheiden. Dat begrijp ik. Maar het is ook moeilijk om op deze manier te bewijzen wie je bent. Wat Komplot in het vermogen heeft.

Kijk, we hebben ook geen duidelijk programma. We hebben twee boeken gemaakt en tentoonstellingen, en dan ook een seminar...dat is niet eenduidig:

V: Maar dat is tevens een ideale situatie: jullie doen duidelijk wat jullie willen.

H: Ja zeker, dat is dan ook de balans die we steeds weer opmaken...we kiezen ook bewust voor dat niet eenduidige profiel.

[niet verstaanbaar]

V: Oke, dan grijp ik alsnog even terug naar meer de koers van mijn scriptie,-

H: Ja, doen, help ik je hiermee eigenlijk wel, of wijdt ik teveel uit richting,-

V: Dit duidt juist heel goed, het brengt aan het licht of er mogelijkheden zijn, en of beleid ervoor openstaat...en hoewel dat Vlaamse/ Waalse issue in feite over hele andere vragen gaat, maakt het wel weer duidelijk of er hyaten zijn om nieuwe initiatieven te ontplooien.

H: Mijn gevoel zegt nu, maar ook op basis van de aanvragen die ik ondertussen deed in Wallonie, dat dat in Vlaanderen meer kan dan in Wallonie. Ik zit daarnaast in de raad van het bestuur van de Universiteit en ik merk dat er daar ook nadrukkelijk steeds de vraag wordt gesteld hoe.... ik denk dat het goed is dat we in Vlaanderen om het iets meer spontanere programmatie te kunnen voorzien.

V: Maar waarom zou dat goed zijn?

H: Dat zou goed zijn voor de.... voor de.... vorming van een publiek. Een nieuw publiek, maar vooral om de vorming van een scène. Het gaat om een samenhangende groep waarbinnen iets echt gaat leven. De beleving van een individu blijft zweven maar wanneer het binnen groep blijft leven gaat het circuleren, blijft het achter...en dat lijkt me een hele belangrijke basis. Dus om het sociale element, daarom is spontaner reageren belangrijk.

V: dus het gaat om een incrowd gebeuren?

H: Ik kan me inbeelden dat we als we programmatie dat je dan ook mensen aantrekt die zullen stellen: ah, dan kan ik dat ook doen, dan hoef ik niet af te wachten op de insituten, en dat stimuleert dan weer samenwerking en dat leidt juist tot interessante combinaties en cross-overs. Terwijl, als je enkel naar een opening gaat, dan drink je een glas, spreek je anderen en dan ga je weer...terwijl als je andere happenings organiseert en dus nog een extra laag toegevoegd aan het drinken van dat glas en andere mensen spreken, dan zorg je dat die mensen iets gaan delen op een hoger niveau dan enkel een sociaal spontaan contact: dan deel je een culturele ervaring.

V: Maar dan benader je een culturele beleving dus als een netwerkmogelijkheid? Dat klinkt wel heel gehaaid...

H: Ja, en niet in de zin van...negatief. Maar juist als een kans. juist dat netwerk, dat contact, maakt de beleving rond. We kunnen allemaal thuis in ons eentje naar de televisie kijken. Voor dat cultuursnuiven kom je niet naar een opening.

V: Maar iemand anders die ik in het kader van dit onderzoek sprak dat je er juist voor moet waken dat je niet enkel vriendengroepen faciliteert in plezierige avonden.

H: Wel, dat is ook een commentaar dat Komplot wel eens krijgt.

V: Ja, en waarom denk je? En leg je dat uit als een negatief commentaar waar verandering in gebracht moet worden?

H: euhm, daar kan wel iets aan gedaan worden ja. Ik denk dat we soms iets te gesloten zijn. Dat is het gevaar van als je ook zo vrij opereert, je beweegt mee met wat je overkomt, en dat is logischer als dat via via is. Kijk, in tegenstelling tot de meeste musea hebben wij niet de intentie 'iedereen' aan ons te binden. En daar ben ik ook wel voor omdat dat nu eenmaal het meest succesvol uitpakt, maar beleidsmatig is dat onhandiger: beleid ziet graag kunst en cultuur voor iedereen, niet voor niches. Eigenlijk denk ik dat je twee soorten organisaties nodig hebt: enerzijds moet je lokaal benaderen: die niches: omdat je dan pas echt aansluiting kan vinden, en anderzijds moet je ook kunnen laten zien wat er wereld wijd

[niet verstaanbaar]

24 | 04 | 2012

Gent

A: An de Bischoop

V: Veerle Devreese

V: inleiding / achtergrond gesprek. Herken je dat er sprake is van een fenomeen?

A: Ja, en ik denk dat recentelijk is en dat dat niet alleen is ingegeven door technologie. Maar ook omdat er een behoefte in de samenleving is, waarin mensen, als je dat vanuit sociaal, sociologisch oogpunt bekijkt, waarin mensen eigenlijk op een andere manier relaties aangaan met elkaar. Vroeger was je lid van een aantal groepen en dat vormde uw identiteit, vanaf je 14e was dat le leefwereld. Dat waren jouw sociale verbanden. En je merkt, bij voornamelijk jonge mensen, waar ik mezelf eigenlijk ook nog toe reken, dat mensen een beetje shoppen in hun netwerken...dat heeft dan weer te maken met individualisering en een netwerkmaatschappij, mensen zijn veel minder aan specifieke groepen verbonden en 'shoppen' dus wat rond, en eigenlijk, als ik dan weer terug grijp naar jouw vraag, zie je eigenlijk daarin een afspiegeling van wat er gebeurt in het dagelijks leven. Er worden veel vluchtigere relaties aangegaan en ik denk dat dat niet zozeer een technologisch maar een maatschappelijk fenomeen is eigenlijk. En technologie springt daarop. Er zal er daar een interactie tussen zijn, maar dat is niet alleen de technologie.

V: Oke, maar technologische ontwikkelingen maken het wel mogelijk om veel vluchtiger te 'zappen'. Dat vraagt misschien ook een andere relatie tot kunst en cultuur?

A: Wel, op dezelfde manier als waarop die sociale relaties worden aangegaan, dan denk ik dat kunst op een zelfde manier wordt benaderd. Mensen willen verwonderd worden op het moment. Er wordt niet langer uitgebreid de tijd genomen om ellengang een kunstwerk uitgebreid te bestuderen. Mensen willen dat het hapklaar is, duidelijk, het moet eigenlijk een beetje fastfood zijn. En om dat vervolgens door te trekken naar het sociaal artistieke: ik denk dat dit fenomeen niet geldt voor iedereen. Bij Demos zien we dat eigenlijk wel. Het fenomeen waar jij op doelt is interessant voor de middenklasse. Terwijl Demos zich ook richt op kansarmere in de samenleving. Dus mensen met een handicap, allochtonen die onder de armoedegrens leven enzovoort. Voor hen is het niet gemakkelijk om toegang tot dergelijke events' te krijgen...zij zullen daarbuiten vallen. Zoals ze buiten meer vallen.

V: Dus zij vinden geen aansluiting bij pop up achtig activiteiten

A: Nee, omdat zij niet over die levensstijl beschikken. Die levensstijl...die sluit aan bij de middenklasse.

V: Oke, en vanuit welk perspectief heb jij vanuit Demos dan zicht op de ontwikkelingen?

A: Wel, Demos is eigenlijk een organisatie, die...het is een participatieinstelling, een steunpunt voor kansengroepen. En we streven twee lijnen naar, het werkt eigenlijk net een beetje zoals bij BAM. Wij ondersteunen organisaties die participatie projecten doen met kansengroepen. En het gaat daarbij om de organisatie maar ook om het beleid.

V: En daarom is dit gesprek juist interessant voor mijn onderzoek, omdat jij dus enerzijds zicht hebt op wat er zoal gebeurt...en vervolgens ben ik benieuwd of het beleid daar ook voor open staat?

A: Wel, ik kan daar direct op antwoorden. Maar wees gewaarschuwd, ik ben daar erg kritisch over. Het beleid gaat mee, in die voor mij soms inhoudsloze communicatiestroom waarin alles 'verleukt' wordt. En ik heb persoonlijk veel moeite met die verleuking van alles, omdat niet inhoud gedreven is maar markt gedreven is en dat het beleid daarin in meegaat. Ik zal je een concreet voorbeeld van geven. Je hebt de vrijetijds pas, een beetje te vergelijken met cultuurnet. Cultuurnet is ook een participatieinstelling maar die zijn enkel bezig met communicatie over cultuur. En zij hebben de opdracht gekregen om een vrijetijdspas te ontwikkelen voor mensen in armoede. En wat dat inhouden zo'n pas? Die gaat vergelijkbaar zijn met een soort Delhaize kaart. Elke keer dat je cultuur bijwoont, dan krijg je punten. En met die punten kun je vervolgens gadgets krijgen en al dat soort dingen. En waar ik dan moeite mee heb is dat een dergelijk initiatief duurzame sociale relaties ondermijnt. Het gaat meteen over een soort shoppinggedrag.

V: een spelelement om mensen ergens toe aan te zetten.

A: Ja, zo kun je het zien. Maar het lastige is... het is een ministerding is... en ook cultuurnet die zichzelf hier een pluim voor geeft: ze strijken met de eer, terwijl eigenlijk, de doelgroep, de mensen in armoede, daarover gaat het niet zozeer. Zij gaan daar niet de finale voordelen uithalen. Maar zo wordt het wel verkocht. En daarbij, wat vooral problematisch is: die mensen zijn zeer eenzaam. Wel, zo'n kaart haalt die mensen niet uit hun eenzaamheid. Voor het zijn sociale relaties enorm belangrijk, maar door zo'n kaart te conformeren aan andere levensstijlen wordt er voorbij gegaan aan de behoefte om daar iets aan te doen.

V: Dus die snelle vluchtige momenten beschouw je als nadelig?

A: Ja zeker, of toch niet...er moet iets gebeuren om mensen weer samen te brengen, maar dat moet wel duurzaam tot stand komen. Pas op, ik zeg niet dat dat niet belangrijk is, maar voor deze groep mensen is iets duurzaam opbouwen erg belangrijk. Ik vind dat we beleid gewoon veel te weinig kritisch laten zijn naar dat soort keuzes toe. Zo ook technologie. Dat heeft veel mogelijkheden maar is enkel een drager van. Het is maar de vraag wat je met technologie wil bereiken en wat je met een event wil doen.

Die vraag wordt voor mij te weinig gesteld?

V: Dus jij vind dat er juist meer aandacht moet komen voor die meer langdurige relatie.

A: Nou, niet perse, maar niet perse alleen, maar...kijk, wat je je moet realiseren: ikzelf heb een ander leven dan mensen die onder de armoedegrens leven. Dat moet volgens mij meegenomen worden. Wat zoeken mensen in cultuurparticipatie? Waarom doen ze dat?

V: Vanuit Demos, hebben jullie ook aandacht voor de effecten?. En dan, hoe?

D: Voor sociaal artistieke projecten.... dan gaat het eigenlijk over de diepere betekenis van participatie. Daarin hebben we een aantal lijnen getrokken en een daarvan is dat e als Demos een relationele functie hebben. Daarbij draait het om het politieke aspect van sociaal artistieke projecten, maar vooral het sociale. Heel veel mensen die tijdelijk andere mensen ontmoeten op een zeer basale manier, denk aan samen koffie drinken en taart eten, dat is heel belangrijk. Daarbij gaat het dus ook om mensen die het moeilijker hebben he. Ik denk dat dat in Nederland ook zo is.

V: Jawel, daar hebben we het ook over krachtwijken etc..

A: wel, voor sociaal artistieke projecten is dat heel belangrijk. Dus ook, we doen het vaak binnen een experimentele artistieke ruimte. En zo hebben we bijvoorbeeld het Enterfestival georganiseerd. Maar het Enterfestival is een sociaal artistiek festival in Gent dat op bijzondere plekken, we doen daarbij dus ook iets met de publieke ruimte, maar het verschil is dan dat de deelnemers het festival dragen. Zij ontwikkelen, onder begeleiding het festival en het programma. De publiekswerving...alles he. Het is meer engagement.

V: en je bouwt ook af? Er is nazorg bij het festival denk ik?

A: jajajaja.

V: en daarom wijkt het dus af in aanpak. Daarbij ben ik benieuwd...dit zijn dus projecten die jullie initiëren en waar jullie een buurt/ gemeenschap bijbrengen. Maar zie je het ook andersom gebeuren? Dat iets volledig bottom up door burgers wordt opgezet?

A: Vanuit burgers. Wel, mijn perspectief is dan, dat we het hebben over hele kwetsbare mensen, maar als ik dan doorpak....ik ben ook zeer kritisch naar de organiserende culturele actoren. Omdat voor mij is er een hele grote kloof tussen cultuurinstellingen en de samenleving.

V: Waar ben je dan kritisch naar?

A: wel, dat is gewoon, dat is gewoon dat er sprake is van een cultuurlandschap dat zich gevormd heeft in een samenleving van de jaren zestig. Maar ook daar is er een vertekening in het culturele aanbod. Er is sprake van een aanbod van een specifieke groep mensen voor specifieke mensen. Dat wil zeggen dat je met je cultuurdoelen niet iedereen bereikt. En dat hoeft ook niet want niet iedereen hoeft aan cultuur te doen, dat mag, maar er is wel een vertekening in wat we aanbieden en hoe we werken en het is niet een aanbod voor de gehele samenleving. En dat is dus een vertekening als eerste punt, maar dan is er nog een tweede punt. Dat je als instelling moet uitkijken niet te

behoudend te zijn. Je moet als instelling evolueren. Ja, je moet een dialoog aangaan met de samenleving. En daarin moet je radicaal durven zijn en durven veranderen. Als je in een veranderende samenleving zit, dan moet je je vingers durven uitsteken om nieuwe vormen te proberen.

V: Dan ben ik er benieuwd naar of je een instelling kunt noemen die er wel in slaags volgens jou.

A: Wel, ik vind de Vooruit een hele vernieuwende experimenterende omgeving. Kijk, ze zijn weer terug bij een 'nieuw elan'. Ze hebben een goede programmatie, ze hebben het ook wel echt begrepen rondom transitie. Ze gaan ook echt de interactie aan met dingen die leven binnen de samenleving. En ook het huis: de Vooruit:

V: je bedoelt de socialistische achtergrond?

A: Jazeker! Zeer zeker. En ook voor werknemers he. En kijk, je zit hier dan met een oud decor, een stuk belangrijke geschiedenis, maar dan hebben ze ook begrepen hoe ze de band met het politieke en sociale van Gent moeten aanscherpen....die was aan het afkalven en ze zijn er nu al een jaar aan het werken en dat is interessant. Een ander voorbeeld is het Kaaitheater in Brussel. En dat heeft te maken met een volgens mij zeer relevante programmatie en heel actueel.

V: Even een afwijkende hypothese er tussendoor dan: zo het dan zo kunnen zijn dat juist de horeca daar dan een essentiële rol bij speelt?

A: Ja, dat denk ik welzeker. Dat verlaagt de drempel van een ogenschijnlijk instituut naar een toegankelijke ontmoetingsplek. Maar ja, het Kaaitheater is nog steeds wel wat hoogdrempelig. Want wie komt daar nu? De mensen van de KBC toren. Heel veel banken...

V: ah jammer, die indruk had ik niet toen ik er gisteren een snelle blik wierp.

A: Nee haha, dan moet je er maar eens eten en naar andere gesprekken luisteren. Maar wat je zegt over de horeca is wel waar en ik zal je een ander voorbeeld geven: bijvoorbeeld het bezoekerscentrum van Berghem: een bewonersplek die heel multicultureel is. En op een bepaald moment heeft de directeur bedacht: ik ga een Marokkaan vragen om het café restaurant uit te baten. En toen is ook het publiek echt veranderd.

V: meegekomen?

A: Jawel, er kwam een Marokkaans theehuis...en zo, zo kwam de straat in het centrum. En dat is echt de clou, waardoor het centrum het dialoog is kunnen aangaan met de buurt.

V: Maar ik denk bij dat soort voorbeelden dat is vooral langere relaties nodig zijn. Dat kortstondig dan nadelig werkt.

A: Nee, dan werkt het inderdaad minder.

V: Ik vraag dit omdat ik dit onderzoekje eigenlijk ben begonnen vanuit het feit dat ik een patroon denk te herkennen op zowel artistiek vlak, als op economisch vlak, als op sociaal artistiek vlak, dat mensen bottom op er nieuwe projecten oprijzen. En daarbij stel ik vervolgens dan de vraag, als je kijkt naar Nederland, daar wordt de klassieke cultuursector verweten: jullie zijn je contact verloren met het publiek, en daarom wil ik graag onderzoeken of die meer tijdelijke projecten wel kansen bieden omdat ze een andere beleving oproepen: een 'ik was erbij' effect.

A: Wel, en dan heb je een voorbeeld als TRACK in Gent, daar heb je vast iets van meegekregen. En wel, let op, daarover ben ik dan weer super kritisch. Bij de start van TRACK werd er verkondigd: een participatief element in de buurten van Gent. Alle sociaal artistieke organisaties in Gent zijn vervolgens aangesproken met de vraag: wil je meewerken aan TRACK. Maar het verhaal was wel, dat TRACK twee miljoen euro heeft gekregen terwijl de sociaal artistieke sector maar honderdduizend euro heeft gekregen. Na veel gelobbyen. En dan gaat TRACK vervolgens zeggen: TRACK is kunst met een participatief element, maar we hebben wel die sociaal artistieke organisatorisch nodig om dat mogelijk te maken. En dat, dat vind ik echt verschrikkelijk. Ofwel ga je de interactie aan met sociaal artistieke organisaties op voorhand, voordat de grote happenings worden aangekondigd. Ofwel niet. En ook, als je dan verkondigd, het is een participatief festival in de wijk, Wel ja, het zal wel zeker,, maar ze werken niet met mensen uit de wijk.

V: Dus ze 'poneren' er enkel iets?

A: Ja, inderdaad, het is niet zo als ze een grote spin, zo'n sculptuur op een marktje zetten, dat het dan participatie is. Je hebt participatief en participatief...je kunt daar alles mee uitleggen he. Het is daarmee een echte beleidsterm die soms heel inhoudsloos kan zijn.

V: Dus er wordt misbruik van het woord gemaakt?

A: Ja, want als je het toepast, dan moet je daar subsidies voor aanvragen in het participatiebegrip, voor participatie van kansengroepen, a ja en toen heb ik daar lucht van gekregen en toen heb ik gebeld met Philip, de directeur van TRACK en heb ik gezegd: dan wil ik hier wel het fijne van weten en toen zei hij mij: ah, ik wist niet met dat geld aan het werken was. Ik ben gewoon eens gaan eten met Peter, de minister president van Vlaanderen en die heeft mij gezegd dat het in orde komt.

V: oei oei.

A: Ja zeker. En zo heeft hij dat ook nog eens in de krant herhaalt. Dus hij was er ook niet beschaamd voor op de manier waarop hij dat geld heeft gekregen.

V: Eigenlijk heel goed toch, om dat gewoon helder te maken?

A: jaja, het maakt duidelijk dat er op hoger niveau onzuiver gedacht wordt. Er is echt veel opportunisme bij. En als het gaat over kansengroepen dan wordt ik daar kwaad van. Omdat die mensen al zo weinig hebben en dan wordt er met de middelen die voor hen bedoelt zijn ook nog eens dit gedaan.

V: Dus je stelt: happenings worden door steden/ door overheden omarmt maar vooral omdat ze een marketingwaarde hebben.

A: Ja, dat vind ik ja. Een voorbeeld daarbij is het Lichtfestival in Gent. Dat is ook zo iets. Het is een fijn event he. Maar we hebben de Gentse feesten en dat is echt het grootste event van het jaar. En dan heb je vorig jaar ook in de diepe winter ook een Lichtfestival. En ik vond het op zich ook wel een leuk idee dat er midden in de winter ook wat gebeurd. Maar dit gaat herhaalt worden, en ook weer opgeblazen. En volgend jaar moet het nog meer erkenning hebben.

V: Dus het gaat er meer en meer op alles op te leuk maken.

A: Ja, en dat heeft dan weer van doen met citymarketing.

V: En als je dat dan doortrekt naar de vraag: creëert het meer draagvlak voor kunst en cultuur? Publieksbereik?

A: Ik denk niet dat er een correlatie is tussen het feit dat mensen naar een lichtfestival gaan en mensen meer naar theater gaan. Dat is ook een ander publiek is. Ik denk niet dat daar een relatie tussen is. Ik zou misschien naar de twee gaan. Maar geen causale relatie.

V: Maar in Nederland is bijvoorbeeld uitgewezen dat museumnacht er toe leidt dat er daarna ook meer mensen nog eens naar een museum gaan. Maar dat is dan wel weer een meer geïnstitutionaliseerd fenomeen.

A: Ja, en dan is het zo, wanneer je het bekijkt vanuit de stad: dan is het gewoon een enorm goed middel voor reuring...in feite worden kunst en cultuur dan gebruikt, misschien wel misbruikt om de stad in goed daglicht te zetten, zonder dat de cultuursector daar zelf beter van wordt. Makers redenen immers niet zo. Die gebruiken de stad niet op die manier. Die hebben niet die belangen. Vaak ook niet de belangen om meer draagvlak te creëren. Wel als je dat meer doet vanuit Sociaal Artistiek vlak.

V: En merk je dat de makers die vanuit sociaal artistieke doeleinden werken, wel op zoek gaan naar nieuwe vormen om mensen te betrekken? Ik vermoed van wel maar...

A: Ja, sowieso he. In Vlaanderen is dat stiekem een beetje anders dan in Nederland en het is wel belangrijk dat ik dat even duidt. Want in Nederland is het volgens mij een beetje te braaf. Het wordt vooral geïnitieerd door wooncorporaties enzo...dus erg gedacht vanuit het beleid. In Vlaanderen is dat niet zo. Daar is het een hele harde politieke emancipatorische onderlaag....eigenlijk gaat het vaak over het verhaal van mensen faciliteren maar op een manier die losstaande kunst levert. En dat komt door de subsidiëring. In Vlaanderen wordt het gefinancierd vanuit kunstendescreet. Het is geen sociaal werk.

V: Dat is een belangrijk verschil.

A: Zeer zeker.

V: In Nederland volg ik op dit moment ook een post HBO cursus Partners in Community Art en misschien ken je wel Sikko Clevegina

A: Ja, die ken ik heel goed. Wat zij doen is een beetje wat Demos in Vlaanderen doet.

V: Maar toch pakken zij het anders aan denk ik?

A: Ja, in Nederlandse context is dat inderdaad anders. Door een andere financiering krijgen we een andere realiteit. Maar we werken wel gelijkaardig. We denken bijvoorbeeld over hetzelfde over het belang van na-zorg en dat is iets, waar ik ondertussen aan moest denken, dat bij Pop-up er minder toe doet. Die nazorg. Ik ben waarschijnlijk wel genuanceerder dan dat ik hier nu ter plekke vertel en ik vind echt dat pop up mag bestaan, maar denk enkel dat er wel het gevaar in zit dat je een overdrijven krijgt van dat alleen en de vraag is dan met welke doelen wil je dit doen. En die vraag wordt vaak niet gesteld.

V: dus, het gaat teveel om de happening zelf.

A: Ja, want ik vind vanuit het perspectief van de toeschouwers, om mezelf nu eens als toeschouwer te nemen. Ik ben ooit eens naar evenement in het Grand Palais gegaan waar Anish Kapoor een heel mooi, euh een werk..

V: Ik weet wat je bedoelt.

A: Mooi, want het is moeilijk te omschrijven he. En ik ben er drie dagen steeds weer even voor terug gekeerd. Want ik was er echt door gevaccineerd, door de ervaring die dat met zich meebracht. Dus ik denk dat iets wat goed is aan het evenementiele. Om meegenomen te worden, even in een andere werkelijkheid getrokken worden in een bijzondere omgeving. Dus ik vind het wel goed dat daar wel aandacht voor is. Maar niet alles moet daarom kortstondig en spectaculair moet zijn.

V: Het is ook niet mijn doel, laat staan wens, om enkel te pleiten voor een dergelijke vorm van cultuuruitingen, maar ik stel meer de vraag: ligt er toekomst waar de cultuursector 'iets' aan heeft.

A: Ik denk dus ja, maar dat is niet het enige. Twee het is te zien voor wie en drie, je moet echt nadenken over je maatschappelijke finaliteit, je doelstellingen daaronder. Die punten die mogen niet vergeten worden.

V: Mooi samengevat.

3 | 05 | 2012

Gent

K: Kristof Blom

V: Veerle Devreese

V: - introduceert onderzoek

K: Maarten Soeten is een van de programmeurs bij de Vooruit die specifiek aan het werk is op de ingrepen in de stad. En zaken als Track, daar kan je daar dan aan twifelen. Wij werken er aan mee als een van de locaties hier. Dat is dan op het gebied van beeldende kunst. Maar meer en meer merk je dat er van die happenings zijn waarbij het dus niet langer locatietheater is, maar een totaalbeleving die zich ergens even vestigt in een stukje stad en daarmee dus een hele eigen relatie zoekt met de omgeving. Niet zozeer decor, maar het event eraan verbindt, zoals het zich ook met horeca verbindt....

V: En hoe valt dit te plaatsen?

K: Wel, ik denk dat het past binnen een ontwikkeling waarbinnen alle typischheden van het eigene aan het theater...dat iedere wetgeving daar rond, een vraag gesteld wordt, en dat de kunstenaars daardoor erg snel botsen op de muren van die theaterzaal. De eigenschappen van de zaal: dat leidt tot vragen als: is die zaal wel nodig? Een van de makers hier in huis: Sara van Glee. Die komt van de nieuwe school in Amsterdam en die gaat nu expliciet weg van de zaal. Het is vanuit de redenering vanuit het publiek. Ze zegt: het is zo incrowd dat naar het theater komt...en het publiek is zo beperkt...en dat is ook gewoon zo. Het zijn altijd dezelfde mensen die terug komen. Het is een zeer beperkt bestand van mensen die naar een voorstelling komen kijken. Zij wilde gewoon een groter publiek bereiken waardoor zij buiten het theater is gaan zoeken.

V; Dus het is niet: het kiezen van een ander decor, maar het kiezen van een andere setting voor de bühne?

K: Ja, ik denk dat het publiek net zo goed als factor beschouwd kan worden als het decor...the city as a stage bevat misschien wel beide elementen.

V: Grappig, dus de brede cultuurvisie: een zo groot mogelijk publiek bereiken geldt hier. Terwijl ik ook makers heb gesproken die vanuit een ondernemersvisie vooral erkennen dat zij een voordeel zien in het bereiken van enkel een specifieke doelgroep. Maar Sarah wil dus ander publiek bereiken?

K: Ja, maar die wil verder gaan, gewoon. Misschien is het project toe te lichten. Zij heeft een typisch traject afgelegd waarbij al haar voorstellingen zijn gemaakt voor in de zaal. Maar wat gebeurt er...dan speel je dat donderdag, vrijdag en zaterdag in de zaal hier en er zijn 180 stoelen dus tel maar uit, 180 keer drie avonden. En nu, nu is ze een nieuw werk aan het ontwikkelen en dat heet 'Lecture for everyone'...en nu heeft ze zichzelf als uitdaging gesteld om dus iets te ontwikkelen van zo'n veertien minuten waar iedereen iets in moet kunnen waarderen. Om zo een zo groot mogelijk publiek aan te spreken. Dus voor haar is het theaterpubliek onvoldoende. Zij wil iedereen ook Jan met de Pet kunnen aanspreken.

V: Maar is dat een artistieke keuze, of om zichzelf onder de aandacht te brengen?

K: Wel, ik denk dat dat een artistieke keuze is en dat dat voor iedere maker verschilt. En ik ga reflecteren naar de makers die hier de aankomende tijd huizen. Peter van de Bosch...hij werkt graag met natuurelementen en hij werkt dus erg graag buiten de stad. Dus voor hem is het een omgekeerde logica. [niet relevant] Hij probeert nu een beetje de oefening te maken van kunst van buiten ook eens in een zaal te brengen maar anderzijds ziet hij dat ook weer niet zitten omdat dat teveel beperkingen heeft. Dus ja

V: Oke, dus het verschilt per kunstenaar en het is dus niet zo dat je een nadrukkelijke opmars ziet van theatermakers die iets willen met de stad?

K: Nee, wat je ook ziet, is een mix. Een groep als Gobsquat. Een groep die speelt in een theaterzaal maar zeer bewust met liveelementen speelt en dan bijvoorbeeld de straat op trekt en op die manier de deur opentrekt.

[voorbeeld, niet relevant]

V: En hoe werkt dat op publiek.

K: Super: doordat je daardoor dat extraatje krijgt: die totaalervaring he De interactie is groot. De tijd van de theaterzaal waar alles gebeurt zoals we dat verwachten, een begin en een einde en een pauze erbij...

V: Dat wordt allemaal op de hak genomen. En is dat een commentaar op die geldende conventies? Of is het een onderzoek?

K: Het is een onderzoek denk ik. Het is ook een evolutie waarbij dat telkens...dat eigen is aan mensen die met podiumkunsten bezig zijn, ze het gewend zijn zichzelf een vraag te stellen. Door te gaan experimenteren met die conventies botsten ze op een gegeven moment tegen de muren van die zaal, en zou zijn ze verder gaan zoeken. Het doet me ook denken aan Johan Simons. Hij maakte ook nog vrij klassieke voorstellingen, maar het was wel een totaalgegeven.

Het doet me ook denken aan de Ruhr Bienale. Waarbij er plots kunst gehaald wordt om industrieel erfgoed onder de aandacht te brengen. Er waren daar alleen maar fabrieken...geen theaters of bioscoop. En dat leidt er toe dat men gaat denken ... oké, we moeten verder. Een festival als Oerol werkt ook met interactie en heeft vooral de omgeving als decor. Maar er zijn ook mensen die met opzet de stad intrekken. Daarvan heb je er echt veel van op dit moment.

V: Maar waarom op dit moment dan?

K: Evolutie. Ik denk dat het onvermijdelijk was. Maar misschien ben ik daarvoor ook nog te jong. Maar misschien is dat er ook wel altijd wel geweest. In de jaren zeventig was er ook een booming voor straattheater.

V: Grappig...in een ander interview stelde iemand: het theater is de kerk van de 21ste eeuw.... qua leegloop. Wat denk je van zo'n stelling?

K: daar zit zeker waarheid in denk ik.

V: Maar het is een beetje vanuit...in Nederland. Dit onderzoek komt vanuit het idee, hoe bereik je nieuw publiek, of hoe onderhoud je hen. En vandaar de vraag: zouden dit soort events, die je kunt uitleggen aan de hand van de experience economie...biedt dat kansen om publiek aan je te binden?

K: Ja, ik denk dat dat het verschil is. Ik denk dat theater dat buiten de zaal plaats vindt. Kijk, Johan Simons kiest de omgeving vooral als decor. Maar die voorstelling van Marina Vensoti, is een voorstelling in een Metrostation en wat je krijgt een aantal mensen die live een tekst aan het schrijven zijn en die wordt ondertussen groot geprojecteerd. En deze mensen schrijven eigenlijk observaties van wat er zich afspeelt. En mensen zijn er toch aan het wachten. En daardoor krijg je een soort 'wow'. En het is dan de vraag: is het een voorstelling? Een performance? I don't know, maar mensen zijn plots ongevraagd publiek van iets zonder dat zij er bewust van zijn. Er kwamen ook mensen zeer bewust doordat het aangekondigd werd in de informatiebrochure, maar het grootste deel van de mensen maakt het echt per ongeluk mee. Dat covert wel verschillende lagen. En Sarah, met Lectures for everyone..die wil het helemaal niet aankondigen. Zodat er geen publiek zal zijn dat er speciaal zal zijn.

V: Maar dan hebben we het dus eigenlijk over locatie-theater?

K: Ja, dat is een vorm van. Zeker. En dat hoort natuurlijk ook bij Campo. Bij Campo stimuleren we makers...het is niet zo dat wij kleine groepjes mensen die een complete beleving willen maken, stimuleren. Wat dat betreft is dit nog een klassieke benadering van het theaterwezen waarbij we opgeleide theatermensen, vakmensen, enkelen of 'geinstitutionaliseerde' theatergezelschappen verder helpen...Dus in feite wijkt dat af van waar jij misschien op doelt: dat tijdelijke, eenmalige, vaak van onderuit gedreven. Wij werken toch vanuit een sector. Waar aanvragen al lang ingediend zijn en waar projecten volgens toch een enigszins stramen worden uitgewerkt.

V: Want zij werken allemaal onder het Campo huis. Maar mijn onderzoek gaat ook weg, van de gevestigde regels,,dus misschien van de instanties. Merken jullie dat ook? Signaleer je iets dergelijks.

K: Er gebeuren uiteraard dingen ver weg van de officiële structuren.

V: En is daar een wisselwerking tussen?

K: Nee, dat zijn toch gescheiden werelden. Je zoekt natuurlijk wel, en je leert artiesten kennen buiten het huis, en die kun je ook uitnodigen. Maar dan is het wel zo dat zij zich wel binnen de sector gaan voegen. Binnen een bepaalde manier van werken. Maar ik denk ook niet dat zij dat doen vanuit een afkeer. Of wel, maar die artiesten kennen we dan niet he.

V: Het hoeft ook zeker geen afkeer te zijn. Je kunt bijvoorbeeld ook indenken dat het een andere manier van werken omdat het de enkele manier is om het financieel mogelijk te maken.

K: Dat gevoel heb ik op dit moment nog niet maar dat hangt gewoon af van het beperkte kader van Campo en het professionele kader van podiumkunsten in Vlaanderen. Wat het voordeel is van een huis als Campo: we zijn een zeer open huis: we hebben van alles geproduceerd. De hoofdzaak blijft draaien om een podium, maar los daarvan hebben we ook boeken of tijdschriften of we hebben een soap gemaakt, dingen in het park...in feite is dus wel alles mogelijk. Dus we hebben niet het gevoel dat artiesten die zich geremd voelen.

V: Dus geen artistieke remming. Maar misschien

K: Kijk, daar draait het vooral om: het gaat wel om de professionele theatersector. En ook al is die zeer open, dan nog hoort daar een bepaalde manier van werken bij. Maar dan blijft Campo echt open staan voor experiment.

V: En hoe staat de stad zelf hier tegenover. Heb je daar een beeld bij?

K: Die staat daar zeer nadrukkelijk voor open. Kijk maar hoe Track omarmt wordt. Ik denk dat Gent altijd, je moet het niet onderschatten: het is een kleine stad. Maar wat er hier gebeurd, als kunstscène: dat dat hier zeer bruisend is en het stadsbestuur, diens erkenning, die is daarbij zeer van belang. Dat heeft ermee te maken dat iets als Track mogelijk is.

V: Maar als tegenargument zou je kunnen brengen: het is te booming en oneindig: de stad ontploft

K: Ja, dat is tof he.

V: Want wat gaat er gebeuren: gaat er nog meer gebeuren: terug naar de theaterzalen in.

K: Ik denk dat we kunnen spreken van een cyclus. Nadat er teveel buitenshuis heeft afgespeeld, dan zal de charme van de klassieke theaterzaal weer ontdekt worden met heimwee naar goed licht en goed geluid. En ik denk er nog even over... wat is het verschil...de stad in trekken en de stad louter als decor gebruiken: ik denk dat dat als decor gebruiken, dat bestaat al lang. Festival d'Avignon en dergelijke. Maar zoals dat metroproject,

V: Ja, behoort dat tot een andere manier van denken? Misschien horizontaler gedacht? Minder van bovenaf?

K: Wellicht

V: en zouden digitale ontwikkelingen daar ook impact op kunnen hebben?

K: Lastig. Ik denk dan direct aan een beperkte kleine groep: denk dan aan organisaties als Crew. Of Erik Joris die bezig is met digitalisering. Veel van zijn voorstellingen zijn vaak een parcours dat je moet lopen. Maar dan.... wat vooral belangrijk is is dat we in de zoektocht naar publiek ook automatisch uitkomen bij ontwikkelingen als social media. En dat kan dan ook weer als marketingtool ingezet worden. En daarmee wordt dan ook de brug naar de stad gelegd. Dus het huis, het instituut uit. Digitaal en gewoon in het echt.

[niet relevant]

K: Er schuilt natuurlijk ook een gevaar in het moment dat dingen een formule worden. Dan gaat de creativiteit minder aangesproken worden. Dan wordt er meer op automatische pilot gewerkt en wordt het automatisch minder interessant. Stel dat Track ieder jaar zou plaatsvinden. Dan zou er ook slijtage op komen. Uiteraard. Dat is de kracht van gans die pop-up dingen...het is tijdelijk he. Waardoor mensen denken: als we het nu niet doen, dan missen we het.

V: Maar denk je dat het daardoor nieuw publiek bereikt of is het te vluchtig?

K: Ik denk zeker dat je er nieuw publiek mee bereikt en we weten ook: dat 'shit ik heb het gemist' een goede drijfveer is om mensen ergens bij te laten zijn. 'Dat was de max maar stom genoeg was ik er niet bij...e volgende keer. Dat is een zeer klassieke wet eigenlijk. Als een groep presenteert, in je zaal, maar eerst onbekend zijn.... Dan presenteer je dat voor dertig man. Wanneer dat goed uitpakt, dan zit de avond nadien er al 50 man. Dat is logisch.

V: Dus eigenlijk heb je een open einde nodig om mensen terug te laten keren

K: Ja, dat is theater: het botst op een muur.... het feit dat er die lijn getrokken wordt, zowel qua tijd als qua ruimte: dan daagt dat artistiek ook weer uit.

V: Maar kan de cultuursector hier baat bij hebben: met alleen maar tijdelijkheid kun je immers niet op duurzame wijze publiek aan je binden.

K: weet je wat nog iets is: buiten maakt de beleving echter: het theater: dat straalt misschien hoe dan ook fictie uit. Buiten, daar is het echter.

V: bon. Mooi slot.

- afronding -

9 | 04 | 2012

Gent

F: Fredo Desmet

B: Bart Smesaert

V: Veerle Devreese

V: introductie

B: Dus dit: BarBuro als stedelijke interventie. Mooi verwoord

V: Zie je het niet zo?

B: Jawel, absoluut. Bijna alles wat wij doen is een stedelijke interventie.

F: Maar ik vind het niet zo kortstondig.

V: BarBuro is inderdaad niet zo kortstondig: zes maanden toch? Maar jullie doen pop-up...eenmalige projecten.

B: Maar ik vind het wel mooi gezegd dat we steeds weer stedelijke interventies ontwikkelen. Ik weet niet of daar een cultuurwaarde op los gelaten kan worden, niet alleen.

V: Maar dat vind ik nu juist interessant en daarom wilde ik jullie graag spreken: kan er een cultuurwaarde aan gekoppeld worden?

B: cultureel economisch...wij opereren als entrepreneurs en wij richten ons misschien meer op jonge creatievelingen...minder de harde cultuursector. We proberen dat ook een beetje af te bakenen en minder de focus op de culturele hoek al zijn er natuurlijk heel veel raakvlakken.

V; want kort samengevat: kun je nog eens samenvatten wat jullie exact doen?

F: Wat wij doen: wij brengen mensen bij elkaar.

V: En hoe doen jullie dat dan?

F: Wat het meest zichtbaar is dat we een aantal tijdelijke horecazaken hebben opgezet. Maar ook een aantal ideetjes op online platforms. Eigenlijk komt het er hoe dan ook altijd op neer, mensen bij elkaar brengen. In contact brengen met elkaar. Hen in dialoog brengen met elkaar maar hen ook in dezelfde ruimte los laten en het dan aan elkaar over laten. En pop up, dat verhaal is meer de manier waarop wij alles benaderen. We hebben natuurlijk een theoretisch luik: Gent M en dat is dan meer vanuit professionele hoek....om dat netwerk niet zo zichtbaar maar wel te ontwikkelen. In die zin zijn wij connecting people

B: maar dan op een hele analoge manier. In deze wereld waar alles snel gaat, met al die sociale media en zo...daar is juist de behoefte om face to face ervaringen uit te wisselen. En dat kan bijvoorbeeld bij een kop koffie.

V: Dus het gaat om de fysieke momenten. Maar de sociale media spelen daarbij, volgens mij ook voor jullie, een hele belangrijke rol.

B: Absoluut.

F: Nee, dat zijn gewoon de dragers. Wij gebruiken die maar die spelen geen rol.

V: die genereren geen nieuwe input?

B: Nee, weinig eigenlijk.

F: Kijk, digitale media is een medium. Die een boodschap kan brengen...maar ik heb niet het gevoel dat dat heel veel verandert. Oke, de concentratiespanne is heel veel veranderd. Heel erg verkleind waarschijnlijk. Je kan echt niet meer zomaar ergens naar kijken dat saai is en dat twee uur duurt.

V: Maar als je dat constateert: die afname van concentratie, kun je dan juist niet zeggen dat dit soort tijdelijke events meer draagvlak krijgen.

F: natuurlijk is dit een vorm die inderdaad beter past bij de manier waarop we met elkaar communiceren. Vroeger was dat nog al lineair. Toen wij een thesis aan het schrijven waren ging je van een idee naar een bibliotheek en je

kreeg misschien nog een idee maar dat was het dan ook en dat schreef je uit. Maar nu, nu is er geen index meer die je leidt naar een idee. Als je nu een thesis zou schrijven, dan ben je bij het besluit en dan draai je de denkwijze om maar dat past bij deze tijd.

V: Maar past het nu dus extra?

B: Ja, want alles is nu meer controleerbaar geworden. Als je tien jaar geleden iets dergelijks zou organiseren dan kun je niet inschatten of een dergelijke pop up of iets als een koffiehuis, dan kun je niet inschatten of het enigszins een succes zal hebben. Tien jaar geleden kon je dat niet doen. Nu kan je dat beter doen omdat je direct met man en land contact hebt en zo verder. Van netwerk naar netwerk gaat het nieuws. Maar daaraan zit er ook echt een heel verhaal aanvast to building up your network dat op de een of andere manier heel analoog is ontstaan en dat moet je ook heel analoog onderhouden. En daar biedt BarBuro bijvoorbeeld dan juist weer de goede basis voor.

V: Maar waarom kon dat analoge netwerk tien jaar geleden niet?

B: Nou, dat kon gewoon minder. Je had minder zekerheid.

V: Minder zicht op dat netwerk?

B: Minder zicht ja. En nu is het makkelijk om in te schatten, wanneer je een idee hebt, om te kijken naar je netwerk: 'zou dat er in passen of niet?'. De boodschap blijft dan echt wel belangrijker dan het medium. Wij proberen die echter online door te vertalen zodat die goed opgepikt wordt en het dus mensen tot ons laat leiden.

F: Bij een pop-up...het staat of valt bij mensen. Mensen zijn graag sociaal. En kijk, het is duur, een pop up. Dus je hebt die mensen nodig. Anders is het kostentechnisch niet haalbaar.

V: En wanneer vinden jullie dan dat draagvlak. Wanneer is het een succes?

B: Nou dat heeft twee luiken. Enerzijds moet het economisch rendabel zijn en anderzijds moet het jezelf bevredigen. Dat zorgt voor een drive om weer nieuwe dingen aan te gaan.

V: En wanneer is het een succes voor het publiek? Wanneer vertrekken ze tevreden.

B: Nou ja, dan komen we toch weer bij die sociale media, als mensen je via die weg blijven volgen, zich er ook in mengen, en je ze vervolgens in die analoge wereld ook weer ziet en ze je daar blijven volgen.

F: Kijk, we hebben door dat je minstens lekkere koffie moet serveren. Daar komen mensen voor terug. Maar het gaat verder. Je moet er een verhaal van maken. We gaan lekkere koffie serveren. Maar dan moet je er iets verder om heen creëren waarvan mensen voelen: dit concept klopt, is af: zoals deze co-workingspace BarBuro waar je kunt werken én die lekker koffie hebt. Dat is de complete belevenis. Als mensen dan terug komen en mee gaan denken hoe de belevenis nog completer kan worden....dat je ook echt van die onderwees stylo's moet neerleggen en dat een ander dan weer zegt dat je met die stylo's ouderwets op de muren moet gaan tekenen... dan zijn mensen mee in je verhaal. Dan werkt het.

V: En, ik probeer vat te krijgen,...heeft het publiek meer het gevoel doordat het pop up is dat zij het meer mee 'maken'?

F: wel, dat is een deel dat we nu nog helemaal niet besproken hebben. De pop up bar op zich...tussen maker en publiek, dat is een beetje. Het leuke verhaal begint pas omdat je daar van alles aan kunt gaan koppelen. Audiovisuele dingen, exposities. En wij creëren een pop up bar om dat soort dingen te kunnen laten gebeuren. Wij hebben zo de vrijheid om weer allerlei anders te laten oppoppen. Wij zitten nergens aan vast. We weten: we zitten hier zes maanden: dan moeten we er maar maximaal succes uit halen. En succes is het als er heel veel leuks te doen is. Als het leeft. Een poëzie avond voorstel...kom maar...expositie...kom maar. En wij hebben echt effectief gezocht naar een ruimte die daar alle mogelijkheden voor bood. En dan heb je dus ook je netwerk wel nodig...omdat daaruit weer nieuwe ideeën ontstaan en dat daarbinnen weer moet gaan leven dat die ideeën hier welkom zijn....dat hier dingen kunnen die nergens anders kunnen. Neem nu een doodlebattle. We zijn hier een muur aan het schilderen waarbij we ons afvroegen...hebben we genoeg verf om de muur van de wc ook te schilderen? En die moet behandeld worden, maar als die dan geschilderd is...dan gaat dat zoals altijd zo...dan gaan mensen daar op tekenen...en zo ontstond er vanuit een praktisch probleem het idee om een doodlebattle op te richten. Zo eigen je het probleem toe. Je laat het

effectief uitpakken. We nodigen designers uit om te tekenen op de muur en wanneer dat eenmaal wordt opgepikt...dan komen anderen uit zichzelf toe om ook mee toe doen.

V: Dus het begint bij jullie. En hoe is de verhouding dat jullie zelf iets initiëren en anderen met ideeën komen?

B: We pikken heel veel op, juist door al die netwerken...alles wat er gebeurt rondom pop up. Zo'n doodlebattle...mooie draai aan geven. Zo ook een co-workingspace.

V: En jullie zitten hier zes maanden, maar hoe is het tot stand gekomen? Heel spontaan, of heel doordacht

B: De meeste pop ups ontstaan volgens mij met een heel doordacht scenario. Er worden hele bewuste keuzes gemaakt qua locatie, qua parking.... de invulling is ook heel strak gekozen. Van interieur tot inhoudelijk programma. En zo.... de eigenaar van dit gebouw, die wilde hier iets, en die wilde ons hier. En toen zijn we allerlei afwegingen gaan maken? Zes maanden blijken dan lang, maar de locatie is fantastisch en zo kunnen we de zomer meepakken: met de Gentse feesten en dat maakt het financieel dan weer heel aantrekkelijk. En dan, we hadden zelf ook een bureau nodig... en co-workingspaces poppen over de grond uit, maar vooral te kantoorachtige omgevingen. Freelancers willen dat niet...besloten we, en toen besloten we dat we wisten wat ze wel wilden. En zo hebben we ervoor gekozen om het zo te doen.

V: En over wat voor tijdsbestek hebben we het dan?

B: wel, we zijn maar met twee he, dus dat maakt het makkelijk: we zijn heel snel, gaan in dialoog... in twee weken hebben we alles afgewogen...hebben we bedacht waarom we het niet zouden doen.

V: en toen...werkte de stad mee?

B: nee, dat is moeilijk. Een enorm pak aan administratie moet je dan doorwerken. Je moet echt heel veel geduld en goesting hebben om daar aan te beginnen en steeds maar weer geremd te worden. Wij zijn snel maar de gemeente niet. Maar het is wel verschil dat wij ervaring hebben en dat de gemeente dat weet. We hebben de know how en het netwerk. We hoeven niets uit te besteden. En er zijn al zoveel kosten die je moet doen voor een pop up bar. Die zijn behoorlijk hoger dan gewoon omdat je ze op een hele korte tijd moet terugverdienen. Maar dat is een balans op maken. En dan geeft het financiële plan de doorslag.

De gemeente zijn daarbij niet zozeer een belemmering maar ze activeren ook niet.

V: Ah, het doet me denken aan het feit dat Gent net door Charles Landry erg hoog is gezet in the creative index als creatieve stad. Ik was benieuwd of dat nieuwe impulsen geeft om bijvoorbeeld dit soort initiatieven door te voeren. Zien zij dit als een boost?

B: Ze moeten natuurlijk ook een lijn trekken.

F: En kijk, het feit dat de burgemeester was bij onze opening, dat is een andere vorm van erkenning. Het is een teken van good will. Maar ook omdat ze het wel echt willen zien denk ik. Dus van onderuit wordt dat wel in de gaten gehouden.

B: En ik denk dat dat ermee te maken heeft dat ze ons ook wel zien als voorbeeld. We zitten in de cultuur en economie...maar net wat meer in de economie. Dus we hebben ook geen recht op subsidie want volgens mij wilde je dat weten. Maar ze stimuleren wel dat we een andere manier van denken stimuleren: eentje die verdiendend is. Met een koffiebar en dergelijk. We zijn entrepreneurs.

F: En wat ook wordt toegejuicht is dat we straathonden zijn, die overal aan snuffelen. En dingen naar binnen halen en gewoon maar doen...en daar ook nog geld mee verdienen ja.

V: En doen jullie ook dingen buiten Gent?

F: Ja

V: En werkt het daar ook? Of werkt dat anders?

We hebben nu de vraag gekregen van een opdrachtgever om iets gelijkaardige te gaan doen in Kortrijk. En wij kunnen dat simpelweg niet doen. We kunnen wel een ambassadeur vinden die vanuit daar opereert. Dus die lid maken van ons team, maar het moet wel iemand zijn die van daar is.

V: Dus het gaat om de omgeving en de feeling daarmee.

F: Tuurlijk. En het gaat over analoge netwerken. Daarom is het ook handig dat we ons bureau hier hebben. En waarom we nu beneden tussen de anderen zitten. Je moet vaak in je zaak zijn.

V: Het is dus heel persoonlijk gebonden.

B: Ik denk dat dat voor alles geldt, dat is de basis....maar een instituut zou het ook kunnen hoor. Maar de dingen die wij doen zijn erg aan ons gebonden.

V: En het feit dat TRACK jullie benaderd heeft, heeft daarmee te maken?

B: Ja, natuurlijk. Ze weten allereerst dat we ervaring hebben, en vervolgens weten ze dat er een bepaald netwerk aan ons vast hangt dat ze er graag bij hebben. Dat is bijna logisch. Wij kunnen dus dynamiek meebrengen.

V: Nu is het dus zo dat jullie merken....er is een netwerk dat open staat voor dit soort plekken om samen te komen. Zij identificeren zich graag met dit soort projecten. Maar waar gaat het heen? Wordt alles vluchtiger?

F: Ik denk dat het in allebei de richtingen gaat. Maar dat het vooral een manier is om buiten de lijntjes te kijken....en zo zul je weer anderen aan je netwerk kunnen toevoegen omdat die weer bij andere lijntjes aansluiting vinden.

V: Waarom?

F: Zie het als een economische opdracht.

B: En we zullen altijd gewoon moeten zoeken naar vernieuwing. Dat willen we. En dat is zowel economisch als cultureel gedreven. En daarbij is het juist de beperking in tijd die je uitdaagt, die je op scherp zet, financieel gezien, maar die je sowieso creatief moet maken. Je moet je kunnen redden.

F: En ik wil daarbij eigenlijk nog even terugrijpen naar je allereerste vraag, want ik vind wel dat we die stedelijke interventies, dat we daar een antwoord op moeten kunnen formuleren. Ik denk niet dat het zijn van een stedelijke interventie niet onze reden is waarom we het doen. Ook al zijn we het wel. Wij doen het eigenlijk omdat we voelen dat we zo'n netwerk hebben en daardoor eigenlijk een beetje de macht hebben om mensen ons te laten volgen....en je weet, mensen volgen graag, dat is de motivatie denk ik. We doen het voor onszelf, maar ook voor een deel van mijn vrienden die gewoon graag op bijzondere plekken wordt samengebracht. Wij faciliteren zo'n ruimte om bijvoorbeeld een ruimte waar eens alleen de dames enkel de muziek opleggen in plaats van altijd mannen dat doen. En daarin verschillen we van bijvoorbeeld een pop up martini bar.... en daarmee zijn we misschien toch wel terecht een stedelijke interventie. Wel abstract he?

V: Maar interventies kunnen abstract benaderd worden. Maar, ik trek even door... van het ik was erbij gevoel....dit soort plekken lenen zich daar dus extra goed voor, kijk naar jullie eigen werk...maar hoe kan de meer gevestigde cultuursector dat gevoel weer meer enceneren?

B: Heel eenvoudig: een kwestie van gewoon dingen doen. En uitbesteden aan mensen die het kunnen doen en daarin een goede balans vinden. Mijn gevoel zegt toch steeds weer dat de cultuursector zeer traag is. Maar niet zozeer de personen daar achter, maar wel het systeem.

F: En misschien gewoon iets minder willen doen alsof ze voor iedereen zijn. Je moet je focussen en erkennen trots te zijn op het netwerk dat je wel hebt. Je hebt nog steeds mensen die er wel graag komen.

B: Kijk, TRACK is natuurlijk een mooi voorbeeld wat mooi aansluit bij waar jij nu eigenlijk onderzoek naar doet. Die brengt kunst bij de mensen maar je kunt daarbij ook een beetje uitgedaagd worden en zelf op zoek gaan. Of Belmondo feestjes midden in de nacht in het SMAK.

F: Ik heb een beetje.... ik vraag me af wat er gebeuren wanneer de cultuursector zou vergaan zoals de Titanic is vergaan. Ik vraag me wat er zou gebeuren als we beginnen bij nul. Dat vraag ik me af. ik heb moeite met woorden als draagvlak. De cultuursector moet dat voor zichzelf creëren en als ze dat niet bereiken....de reikwijdte die ze wensen, dan moet dat veel kleiner worden, meer niche, zoals de hele wereld steeds meer niche wordt.

11 | 06 | 2012

Gent

B: Bart Doucet

V: Veerle Devreese

V: - introduceert onderwerp - Dus ik ben benieuwd of jullie als stad Gent een dergelijke ontwikkeling signaleren?

B: De officiële dingen natuurlijk wel. Daarmee bedoel ik de officieel aangevraagde en georganiseerde happenings wel. Natuurlijk zien wij die. Het is vervolgens moeilijk...dit is het departement cultuur. En in feite gaan wij niet over alles wat op het openbaar domein georganiseerd wordt. Dat is niet onze taak. Men kan hier wel komen met iets in het openbaar domein georganiseerd wordt. Maar wij kunnen dan alleen reageren door een deel te subsidiëren, maar over de regelgeving rondom de inname van het openbare domein en andere praktische kanten vallen dan allemaal weer onder de dienst feestelijkheden. Die zijn daarvoor verantwoordelijk. En als je vervolgens kijkt naar de voorbeelden die jij schetste, dan kun je daarover zeggen als beleidmakers...daar hebben wij vooraf slecht zicht op maar we creëren wel mogelijkheden om ze te laten gebeuren.

V: Maar als we het dan eerst hebben over de dingen die jullie wel signaleren en dus een besluit bij nemen of jullie zullen subsidiëren of niet, waar aanvragen van binnenkomen: zien jullie daar een toename in?

B: Die toename is er zeker, maar die is er niet alleen vanuit cultuur maar ook bij andere beleidsdomeinen. Er komen constant nieuwe voorstellen binnen die op het openbaar domein gebeuren. In het kader van de verkiezingen die er aankomen leggen wij een aantal onderzoeken uit. Een een van die onderzoeken is het middenveld bevragen en de burgers bevragen. En wat daar dan uit blijkt is dat toch wel duidelijk wordt dat de druk op de bewoners van de stad, omwille van het aantal evenementen en happenings dat er gebeurd in de stad, toch wel drastisch is toegenomen de laatste jaren. Dus er is niet enkel een trend in de aanwas van aanvragen voor die happenings, ze vinden ook plaats in de stad: ze worden uitgevoerd. Maar dat gaat daarbij niet alleen over cultuur. Dat gaat ook over beach volleybal in de zomer. En het Lichtfestival dat deels door cultuur maar ook deels door stadsmarketing wordt gefinancierd. Dus cultuur neemt daarin maar een stukje van de kook.

V: Maar dus een algehele trend van toename van happenings is er.

B: Ja, er gebeurt een en ander meer en ook een toename voor cultuur. En de festivals zijn daarbij niet totaal nieuw meer, maar er is wel een toename vanuit andere hoeken dan je zult verwachten. En er is veel dat met cultuur te maken heeft en er is veel dat daarnaast ontstaat.

V: Is er ook een overlap tussen genres en disciplines.

B: ik denk nu als voorbeeld aan de EYE market en die was gericht op innovatie. En dat is dan ook op het plein van de Sint Niklaas Kerk. Maar dan is er wel de vraag of er een overlap is met cultuur. Inhoudelijk zijn er dingen die aansluiten: er worden bijvoorbeeld ook nieuwe plannen voor de bibliotheek gepresenteerd. Maar is dat overlap? Nee.

V: Meer dat de grenzen een beetje vervagen tussen wat wat is. Je hebt bijvoorbeeld ook cultuur gecombineerd met gastronomie.

B: Wel, ik vind eigenlijk dat dat bij ons nogal gescheiden blijft. Stel nu dat gastronomisch evenement als een echt bierfestival, dan zullen wij daar niets mee te maken hebben en dan is dat enkel voor de dienst feesten.

V: Oke, dat begrijp ik, maar er zijn dus ook geen voorbeelden waarbij er wel een combinatie verwezenlijkt wordt?

B: Nee, als het zeer duidelijk onderscheiden dingen zijn, ...een sport evenement valt nu eenmaal gewoon onder sport. En een Eye Market, die werd door innovatie georganiseerd en innovatie heeft dat betaald. En wij hebben enkel bij gedragen in de huur van een orgel. Maar dat is dan gewoon een ondersteuning van ons omdat we goede relaties met hen hebben. Dat is niet omdat we vinden dat het een stuk van ons cultuurbeleid is waarvan we denken: hier gaan we nu in investeren. Die scheiding is er toch wel. We hebben ook nog projectsubsidies en daaruit, uit het

reglement, blijkt ook duidelijk, dat wanneer er dingen tussenzitten die niet aansluiten bij dit reglement, kijk, het culturele en het creatieve, die zijn de hoofdmoot van het geheel. Als dat er niet is, dan gaan wij het niet ondersteunen of zullen we het doorsturen naar andere diensten.

V: Maar het is niet zo dat het voorkomt dat jullie een component subsidiëren en het departement jeugd weer een ander deel?

B: Nee, er zijn dingen waar het soms samen is, waarin we samen investeren, maar we maken dan samen iets, we verdelen niet. En dat dan meer dingen gebeuren op locatie, dat is wel zo. We hebben hier een cultuurcentrum: Circa en die zichzelf een nomadisch cultuurcentrum noemen. Die dus geen gebouw hebben, maar die altijd ergens op locatie dingen organiseren en ook daar ook steeds de passende partners bij zoeken. En die dingen gebeuren dan ook niet altijd op het openbaar domein. Het filmfestival organiseren ze bijvoorbeeld in de plantentuin van de universiteit. En zo wordt de locatie eens op een andere manier onder de aandacht gebracht en ook onder een ander publiek. Dus het is niet altijd op de straat.

B: En waar Circa zich dan voor engageert is dat het niet altijd te doen hoeft te zijn in het centrum. Het is ook te doen in de buitenwijken en deelgemeenten.

V: Waarom?

B: Een cultureel evenement hoeft niet automatisch verbonden te zijn met het historisch centrum. Track zoekt nu ook de wijken rond de stad.

V: Maar misschien dat jullie dat nu juist aanmoedigen?

B: Wel, aanmoedigen, het is meer een besef dat niet alles in het centrum van de stad georganiseerd kan worden. Je hebt even goed elders goede locaties en het is goed voor de spreiding van cultuur, en dat is even belangrijk als de organisatie ervan.

V: Want, waarom die spreiding?

B: Omdat iedereen daar recht op heeft. Omdat iedereen recht heeft op, 1 daarom. 2 omdat het soms ook gewoon klopt om het daar te doen.

V: Ik ben ook bij DOK geweest en ik kan me voorstellen dat daar vanuit de gemeente ook een strategie achter zit.

B: Dat is een complex verhaal. Dat is een stadsontwikkelings project dat nog twintig jaar kan duren. En nu wordt er tijdelijk invulling aan gegeven aan een aantal plekken. Vanuit cultuur, en in deze wordt cultuur dan een beetje geïnstrumentaliseert, ... bij mij leidt dat soms tot de vraag, is dat nu de relatie tussen die tijdelijk invulling van DOK met de actoren die daar aanwezig zijn en het toekomstige project? De link is niet altijd duidelijk.

V: Misschien omdat er maar een zeer beperkte groep, een niche op af komt?

B: Het probleem bij stadsontwikkelingen is, men wil dan cultuur daarin een rol toebedelen waar vragen bij gesteld mogen worden. Het is het instrumentaliseren van cultuur en het is cultuur inschakelen om bepaalde problematieken op te lossen waarvan ik vind dat we daarvoor niet geschikt zijn. Zuurstof voor de Brusselse poort is een project waar we wel bij betrokken waren en waarbij artistiek ook de vieze gasten als culturele actor een hele centrale belangrijke rol gespeeld heeft. En ik vind dat men soms te veel de copy paste probeert te maken van dat verhaal naar een ander verhaal op een andere plek in de stad. Terwijl ik denk dat iedere omgeving uniek is en de uniciteit van de Vieze Gasten die daar al zaten, vanuit de uniciteit van hun vormingstheater en hun achtergrond is wat anders dan een groep inplanten en dat stadsontwikkelaars dan zeggen: daar verwachten we datzelfde van. Die rollen zijn soms totaal verschillend. De ene keer kan cultuur een hele centrale rol spelen. De andere keer kan het een minderwaardige rol hebben. En bij DOK is cultuur er nauwelijks bij betrokken geworden. We hebben niet vanaf het begin mee kunnen denken hoe dat nu moet lopen. Dat is niet gebeurd.

V: Maar op wat voor manier moet cultuur dan wel plek hebben in de stad? Naast als instrumentarium beoogt dit departement...

B: Dat verhaal heeft natuurlijk heel veel aspecten. Daar moet voortdurend een evenwicht gezocht worden. Het is even belangrijk dat de opera zijn producties kan doen. Dat is even belangrijk als een klein project van community arts in Ledenberg. Dat evenwicht moet er constant zijn en ik vind niet dat er formats te maken zijn en dat er geen

lijnen te trekken zijn over hoe we dat gaan aanpakken en wat onze principes zijn. Dat is niet onze methodiek. Die is altijd zeer contextueel gebonden en wij willen zeer specifiek een rol spelen bij stadsontwikkelingsprojecten, we zouden wel gek zijn om er niet vanaf het begin bij betrokken te zijn. En stadsplanners denken twintig jaar vooruit en ontwikkelen nu een masterplan voor twintig jaar vooruit en als je er dan niet vanaf het begin af aan bij aan tafel zit, dan wordt je er enkel op het einde maar wat bij gesleurd om een en ander te komen verfraaien en te vragen: wat willen jullie eigenlijk? Maar hoe je daar dan mee omgaat, dat is compleet verschillend van context tot context. De ontwikkeling van DOK moet daar een hoop culturele infrastructuur ontwikkelen worden? Of moet je investeren in hoe openbaar vervoer, zodat iedereen daar dan eenvoudig van genieten om er nadien van een gebeuren ook nog naar huis kan? Ik denk dat ook wel het verhaal is dat in Utrecht ook heeft gespeeld bij de ontwikkeling van Leidse Rijn? Wat moet je daar voorzien voor culturele infrastructuur...dat is allemaal heel erg cultureel gebonden. Daar is niet zomaar een beleid in te tekenen.

V: Maar als je er een Richard Florida bij haalt dan moet er wel altijd die creatieve klasse bij gehaald worden. Dus ik ben er benieuwd naar of een dergelijke theorie op de hoek van uw bureau, als beleidsmaker, ligt.

B: Ik zou u aanraden om eens te iets op te zoeken van Hans Momaas, Hij stelt: Creative city 3.0. Je hebt 1.0: dat zijn alle creatievelingen die panden in het centrum innemen en daar iets mee beginnen te doen. 2.0 is Richard Florida die daar een creatieve saus overgoot door te stellen dat we die creatievelingen moeten aantrekken. Momaas zegt: dat is een complete mislukking. En vervolgen staat 3.0 voor de stad die begint te denken, wat zijn nu eigenlijk onderliggende fenomenen van dat eerste. Die vraag, daar gaat het om. Het is dus geen blauwdruk. En bijvoorbeeld een collega uit Manchester kwam met een knap statement: Zij stelde dat we teveel kijken hoe we deprived area's zich kunnen ontwikkelen. En zij stelt: 'ik wil, als er dan een creatieve klasse a la Richard Florida neerstrijkt, in een deprived area, dan wil ze wel zien wat die daarvoor betekenen. Voor de mensen die daar wonen. Brengen die werkgelegenheid mee. Zorgen zij dat hun leefomgeving verbeterd? Of komen ze alleen maar omdat het hip and happening is? Dat is wat bij Florida, daar wordt minder aandacht aan besteedt.

V: Oke, want, mijn vraag komt er eigenlijk vandaan dat jullie, als stad Gent net door Charles Landry hoog in de Creative City Index zijn gepositioneerd en ik kan me voorstellen dat dergelijk nieuws een stad en diens beleid uitdaagt om dat vooral te blijven aanmoedigen en door te zetten.

B: Natuurlijk is er die motivatie om de stad als een cultuurstad verder te blijven ontwikkelen. Voor mij is het de uitdaging hoe je dat kan blijven doen en hoe je op dat niveau kan blijven functioneren. We zijn wel goed bezig maar dat moeten we aan houden. Dat is nummer 1. 2, denk ik dat je je moet beseffen dat de index van Landry maar in 1 paragraaf gaat over cultuur. Creativiteit zit in vele andere dingen en dat vergeet men dan teveel als je spreekt over de creatieve stad. Er zijn 25 andere domeinen waar even creatief zo niet creatiever wordt nagedacht. En dat moeten we als cultuur beseffen. In Gent hebben we een belangrijke plaats omdat we echt een cultuurstad zijn, maar we hebben niet het monopolie op de creativiteit.

v: Oke. En dan grijp ik even terug naar iets wat u aan het begin van dit gesprek noemde: u zei dat er een toegenomen druk op de bewoners van de stad is komen te liggen. Dat dit bleek uit onderzoek.

B: Dat wordt toch wel als negatief ervaren. Vooral het centrum van de stad wordt steeds meer beleefd als een constant evenementenplein. En die druk op de bewoning van de stad: daar moet overna gedacht worden hoe de stad leefbaar blijft voor de bewoners. Evenementen trekken heel veel mensen, maar wat betekent dat voor de bewoner in de stad? Want vandaag is het Lichtfestival en morgen weer wat anders.

V: Maar heeft dat tot het gevolg dat jullie juist zullen aansturen op kleinere projecten?

B: Nee, daar is nog geen rem op gezet. Het is denk ik een signaal van de laatste twee drie jaar waar we voor de volgende jaren rekening mee moeten houden, hoe houdt je de stad leefbaar en tevens aantrekkelijk met een aantal evenementen. En bijvoorbeeld met de bouw van een nieuwe stadsfeestzaal wordt daar wel stevig over gedebatteerd. Gaan we de evenementen beperken in tijd, of in aantallen? En dan zijn het afwegingen die constant gemaakt moeten worden he. Ik lijk nu iemand die alles relativeert, maar zo'n Lichtfestival, dat is natuurlijk fantastisch. In het midden van de donkerste periode van het jaar, dan is dat prachtig....en komt daar 400000 man op af. Dat betekent dan ook

dat er nood is aan zoiets he. Dat mensen zich graag ook een keer vergapen aan prachtige lichtsculpturen en graag een keer warme wijn gaan drinken. Hoe ga je daar dan mee om? Dat weekend strijkt er zoveel duizend man in de stad neer. Dat heeft impact.

V: Maar u zegt dus dat er een behoefte aan is.

B: Dat wijst zichzelf he.

V: Maar voor de leefbaarheid is het nadelig

B: Dat zijn de afwegingen die in de toekomst steeds weer gemaakt moeten worden.

V: Ik vraag dit omdat ik bijvoorbeeld met An de Bischoop van Demos heb gesproken en die reageerde heel anders op het Lichtfestival: zij stelde dat de bevolking er niets aan heeft.

B: Dergelijke uitspraken, waarop is dat gebaseerd?

V: Ik haal het hiermee uit de context in hoe het gezegd is dus zal het minder goed onderbouwd kunnen reproduceren maar als Demos proberen zij kansengroepen te ondersteunen en zij stelde dat zij hier weinig aan zullen hebben. Ik probeer te duiden vanuit welke perspectieven jullie in de ontwikkelingen staan.

B: Ik vind dat een loze bewering. Kijkt naar wat het lichtfestival omvat: lichtsculpturen in de openbare stad en die vrij te bezoeken zijn. Er is geen drempel zijn. Waarom zouden kansengroepen dan uitgesloten zijn? Als ik dan zie hoe de trams volzitten naar het stadscentrum...dat zijn dus niet alleen mensen die van buiten Gent komen. Welke kansengroep wordt nu uitgesloten als een initiatief op Lichtfestival dat zo toegankelijk is. Waar prachtige objecten te bekijken zijn.

V: Ik begrijp dat het gaat om pure niet complexe beelden maar,

B: We krijgen het tegenovergestelde zelfs: 'Ja, het is toch allemaal een beetje populair'.

V: Het is natuurlijk de vraag, wat wil je met dat festival

B: Zeker, is dat een stadsmarketing gebeuren? Of een high brow culturele manifestatie wat voor mij TRACK veel meer is.

V: Maar als ik er naar terug grijp naar mijn onderzoek, merk je dat er dan een grijs gebied is in hoe je iets duidt? En focussen jullie je ergens op?

B: Moeilijk om te zeggen. We moeten juist openheid stimuleren en dat is dus de constante aandacht voor nieuwe actoren en nieuwe inhoud en nieuwe horizonten. Je moet daar constant alert op zijn en je daar op positioneren. Daarbij moet je niet verder op een richting inzetten. Je moet afwegingen maken. Zeer contextgebonden en projectgebonden. En zorgen dat onze systemen en methodieken....dat we iets mee kunnen gaan doen om nieuw soortigen initiatiefnemers kansen te bieden.

V: Nieuw soortigen?

B: Misschien een burgerinitiatief. Dat soort dingen moet je niet uitsluiten. Zorgen dat het apparaat, waarover we beschikken, dat die openheid er is om er op in te spelen en ook mentaal die openheid om er op in te gaan.

V: Dat is denk ik een essentiële houding.

B: Juist, the research of the development...in cultuur moet je soms ook kunnen investeren, net als in de pharmacy.

V: Maar zijn die kansen er? In Nederland niet?

B: In Nederland is daar natuurlijk ook fors in gesnoeid. Wij zijn er nu op stedelijk niveau goed aan ontsnapt. Dus ja, we moeten daar ruimte voor houden.

V: Maar wat daar juist weer door anderen gesignaleerd wordt is de keuze van makers om volledig buiten de gemeente en overheid om te gaan om dingen te realiseren. Hebben jullie ook zicht op wat er speelt naast dat waar jullie aanvragen voor krijgen?

B: Daar leeft waarschijnlijk een ganse wereld naast. Dat vind ik prima. En kijk, je moet het ook niet te zwart-wit bekijken. Wat in Nederland toch een tijdje heeft gesignaleerd is de term: subsidie infuus. Dat is een kwalijke benadering: om te stellen aan degenen die het zonder subsidie doen: te zeggen: kijk, ze kunnen zonder. Dat is kwalijk. Wij gaan ook nooit niet zeggen dat we er honderd procent op zetten. We vragen ook andere financieringsbronnen. Ik wil maar zeggen, het is allemaal grijs. Het zijn allemaal grijswaarden

V: Maar dan, tot slot, ben ik benieuwd hoe u dat ziet: kunnen de meer gevestigde cultuurinstituten er lessen uit trekken?

B: Ze trekken daar al lessen uit.

V: Zoals?

B: Veel locatietrajecten. Het doorbreken van grenzen. En verder,...

V: Wat mij ondertussen vaak ter oren is gekomen zijn ook andere aspecten: als sneller handelen, bottom up praktijken die tot nieuwe inzichten leiden etc.

B: Maar er is ook nog altijd, als ik denk aan grote huizen, dan heb je ook altijd nog de overlevering van de canon. En die moet ook bewaakt worden.

V: Maar het kan juist ook meer gaan over hoe je oude ideeën op nieuwe manieren onder de aandacht brengt.

B: Ik heb daar soms wel eens gemengde gevoelens bij: waarom moet dat op een andere manier gebracht worden? Waarom is een traditioneel in een theater gebracht repertoire stuk, waarom moet dat nu in een andere omgeving.

V: Omdat mensen verrast willen worden? En omdat dat de manier is om misschien weer een breder draagvlak te vinden waarvan nu toch de teneur heerst dat dit afbrokkelt? Kijk, wat hoort bij het fenomeen pop-up, is een kortstondige ervaring waarvan velen stellen met veel impact op de korte termijn. Nieuwe manieren om onder de aandacht te brengen.

B: Maar ik vraag me dan af: dat soort dingen, wie wordt daardoor bereikt?

V: Dat is een goede vraag. Want juist tijdelijkheid kan ook zorgen dat je ergens bij betrokken bent. En in die context zal An de Bishop ook haar bezwaren hebben geuit. Er is geen nazorg, er is geen uitwisseling nadien...dan stopt het weer.

B: Maar ik heb daar dan ook niets op tegen als dat niet gebeurt. Er moet gewoon een evenwicht zijn tussen al die facetten. En niet iedereen hoeft door hetzelfde aangesproken te voelen.

V: Dus misschien is de conclusie dat we veel meer moeten gaan denken in niches.

B: Nou, alles voor iedereen is hoe dan ook onmogelijk. Je moet juist de breedte van cultuur bewaken en daarin het evenwicht zoeken om open te staan voor nieuwe horizonten maar ook te bewaken dat de rest niet ondertussen afbrokkelt of onder de mat wordt geveegd. Begin niet achter een vlag te lopen.

4 | 04 | 2012

Gent

S: Sam Eggermont

E: Eva Peeters

V: Veerle Devreese

V: - licht onderzoek toe

S: Dus je wil eigenlijk een soort draaiboek maken van iets dat underground is. Moeilijk om dat zichtbaar te maken.

V: Dat zou kunnen... maar bottom up hoeft niet direct underground te zijn. Er kunnen zeker ook dingen zijn die wel zichtbaar zijn en beter te duiden vallen. Het gaat me vooral om...waar werkt er iets?

E: Ik denk dat we dan ook aan de categorie moeten denken...denk aan de anarchisten die echt tegen die institutionalisering ageren.

V: Maar je hebt ook minder initiatieven die niet zo progressief handelen. Dus laat je niet teveel verwarren door de term guerrilla.

E: Het doet meteen denken aan een Brugse kunstenaar. Bickers. Hij heeft met een aantal studiegenoten een pand gekraakt en daar steeds weer happenings georganiseerd. Dan was er weer een tentoonstelling, dan weer een performance. Geheel niet georganiseerd. Maar daar liep wel het gevaar dat het uiteindelijk zou worden opgenomen door...door gevestigd te raken. Maar dat was wel heel underground. En het doet me denken aan andere projecten die zijn voortgekomen uit een kraakbeweging.

S: zeker...op het moment dat het gekraakt wordt, er zijn veel van die initiatieven. Ik denk dat je dan moet gaan spreken met mensen die daar zelf ook meer in zitten en die daardoor ook beter weten wat er speelt. Om dingen ad hoc te organiseren. Maar die soms ook verbonden worden aan iets geïnstitutionaliseerd als de nacht van Antwerpen.

V: Maar laat ik het nu dan over een andere boeg werpen: Je hebt ook projecten als winkels als het modemerck Comme de Garçon die het volledig geheim houden maar wel suggesties doen dat ze binnenkort ergens zullen opduiken. En wanneer ze dan opduiken, dan zijn ze een enorm succes en dan wil iedereen er bij zijn. En juist dat mythische, dat is er dus, ondanks dat iedereen weet dat er een zichtbare organisatie achter zit...kortom, dat is alles behalve underground maar wordt wel 'spannend' gebracht.

Dus zou dat bijvoorbeeld ook...zou een stedelijk museum om ook op die manier actief kunnen zijn? Dan is het dus wel veel meer georganiseerd en...Het mag dus georganiseerd. Maar heeft het publiek het gevoel, ik draag hier aan bij. Dat is het grijze gebied wat ik aanvankelijk bedoelde.

S: Dan denk je dus sneller aan festivals en dergelijk...maar tien jaar geleden, toen was er zo'n festival, waarvan ik de naam nu vergeten ben. Maar dat was een ongelofelijk succes. Alles was leeggehaald en daar gebeurde dingen waar je bij moest zijn. Maar op een gegeven moment is dat dan toch gestopt omdat het te groot werd. Te massaal. Iedereen wilde erbij zijn en de organisatie...daar werd steeds meer van verwacht. [onverstaaanbaar]

V: Dus opweeg naar institutionalisering.

S: Zeker...dat is het gevaar; of niet zozeer het gevaar maar een gevolg van iets wat succesvol lijkt. Dat eigent de markt zich dat toe. En of dat dan weer goed is voor de cultuur? De markt weet tenminste hoe er geld aan verdiend wordt.

V: Dus wat is dan de toekomst?

E: Nou, ik denk dat dan een fenomeen als de 'off' beurs interessant is: omdat dat deels onderdeel uitmaakt van bijvoorbeeld de modeweeken in Madrid, maar anderzijds toch zich volledig los trekken van de eigenlijke beurs. En dat trekt aan, maar dat is ook een nieuwe manier van denken. En dat komt meer van onder af....dat is minder gevestigd.

Maar of musea daar ook van kunnen leren...of zij buiten hun eigen muren nu ook weer wat moeten gaan doen terwijl ze het al moeilijk genoeg hebben in die dure panden...

[niet relevant]

V: Laten we het koppelen aan sociale media.

S: Dat kan, maar is niet noodzakelijk. Vooral niet bij die anarchistische bewegingen..of ja, dan komen we uit bij Occupy en dergelijke. Daarbij speelt social media zeker een rol. Om te mobiliseren. Om een groep op touw te krijgen.

V: Maar het kan ook anders...minder om actie te voeren. Meer om enkel te zijn, daar waar het gebeurt. Nu ik me hier beweeg in Gent: hoorde ik via via van Labath. En ook op Facebook zag ik er berichtjes over. En wat dat met je doet: 'daar moet ik eens een kijkje nemen;'. Althans zo ervaar ik dat en zo ervaren meerderen dat met mij. Zo herken ik dat ook in Amsterdam. Je was bij een happening. Jij was erbij. En dat wordt ook door commerciële instellingen uitgebuit. Maar de cultuursector... heeft die tactiek dat door. Hebben jullie ideeën van mensen, juist makers of juist meer mensen die opereren vanuit instituties, die misschien vanuit dat perspectief denken of juist niet... om daar eens mee te sparren?

S: En dan hebben we het over de beeldende kunsten als onze expertise. Wie ik denk dat een interessant figuur is, is [onverstaanbaar] Maar het is wel interessant om met hem te spreken omdat hij er enerzijds mee speelt en er anderzijds ook tegen in gaat.

[onverstaanbaar].

E: Wat belangrijk is om te beseffen dat Gent wat alternatiever is. Kent ook een sociale achtergrond waardoor bottom up mogelijk ander benadert wordt, anders wordt beleefd, anders wordt gemotiveerd, dan elders. Maar de exclusiviteit is daardoor niet zo noodzakelijk.

S: Ja, het is een hele socialistische stad. Die krachten werken hier ver door en zo sterken groepen zich tegen het Vlaams belang. Maar...ik vind het een heel interessant gegeven, maar dan voor een ander onderzoek om ook te kijken of de beleving van de stad daar invloed op bij heeft.

[niet relevant]

E: Ik moet ook denken aan Dok. Dok Gent. Daarbij gaat het om stadsontwikkeling. En Dok, daar zit onder andere de organisatie van Cirq achter. En zij, ik denk dat zij op een hele interessante manier nu van doen hebben met juist dat tijdelijke, en ergens voor een langere duur verblijven. Want zij zijn het gewoon om ergens tijdig en heel hevig te zijn maar bij dit stadsontwikkeling termijn gaat het over een langere duur en het opbouwen van een langer durende relatie met de directe omgeving. Dat is ooit begonnen met kleinschalige projecten bijvoorbeeld tijdens de Gentse feesten. En dat schuurde tegen het sociaal artistieke. En nu kennen ze dat dus weer, door de lokale buurt erbij te betrekken. Maar zij zullen zeker ideeën moeten hebben over die tijdelijkheid.

V: En werkt het?

E: Nou, wat interessant is...Wat zij ook goed begrijpen in hoe dingen te organiseren zijn voor meerdere doelgroepen, waar zowel kinderen als volwassenen iets beleven. Je komt echt even in een andere wereld die ook Gent is, maar toch anders, binnen. Zij snappen dat totaal spektakel. Bij Dok is die kracht anders, maar Cirq kan dat wel.

V: Maar Dok is ook van tijdelijke aard?

E: Ja, maar ze blijven zichzelf wel steeds weer uitvinden. Al zijn ze wel als organisatie gevraagd hoor, door de stad, om iets te doen met het gebied, dus ze hebben doelen na te streven. Maar dat doen ze wel steeds innovatief. Niets gaat kunnen roesten.

S: Maar soms is het wel de vraag hoe artistiek het is?

E: Zeker, maar er spelen ook elementen van beeldende kunst mee, en theater... ze sluiten niet uit. En ze pakken op een vernuftige wijze het aan om een site aan te pakken die eigenlijk dood is maar weer te voorzien van nieuw leven. Dat doen ze met allerlei elementen en artistieke elementen zijn daar toch wel een voorwaarde bij, maar daarbij loopt alles door elkaar.

V: En hebben jullie zicht op wie ik daar moet hebben?

[niet relevant]

S: en dan...in Brussel. Wie zal je daar moeten hebben. Claasen.

E: Misschien ook bij architecture...group. Die is niets tegendraads maar die werkt met jongeren en die duikt de stad in. Die organiseren zo ook dingen.

S: Waar ik ook aan moet denken is Komplot met Heidi Ballet. Zij organiseren enkel tijdelijke projecten en trekken eigenlijk met hun organisatie Brussel door, en overschrijden daarbij grenzen. Wat vooral belangrijk en anders is dan vele anderen; ze overschrijden ook de grens tussen Wallonië en Vlaanderen. Dat doen er meer, maar juist omdat zij zo klein zijn, is dat niet gemakkelijk. Ik zal eens aan haar vragen of ze tijd heeft. Ze zal er wel ideeën over hebben. En Lisa natuurlijk.

E: En van Wouter Hillaert voor theater. Die zal zeker op het vlak van theater weten wat er zoal speelt ook qua ondergrondse activiteiten.

V: Dan heeft hij dus meer overzicht van wat er gebeurt?

E: Zeker, hij is een van de weinige kunstcritici in België die zo goed op de hoogte is van het wel en wee in theaterland en bekijkt dat ook vanuit een meer macro perspectief rondom beleid en dergelijken. En anderen... wil je ook mensen die minder die ervaring hebben?

V: Ook benieuwd naar: kijken naar wat hen drijft. Niet iedereen heeft het overzicht...het gaat mij meer tussen het vinden van een juiste balans is visies. Helikopter of juist vanuit de dagelijkse praktijk.

E: Het doet me ook denken aan productiehuis Campo.

Zij zullen ook zicht hebben wat er speelt. En Koen Wouterse van Rekto: Verso.

S: En via het internet zijn er ook dingen te vinden he...ook voor andere klassemten.

v: Zeker

[niet relevant]

20 | 04 | 2012

Gent

S: Sandra Heylen

V: Veerle Devreese

V: - introduceert. - Dus ik ben allereerst heel benieuwd wat jullie doen en ambiëren.

S: Dus euh, Cirq is een initiatief die nu zo'n tien jaar bestaat en die eigenlijk bedoelt is om een beetje een structuur te hebben om activiteiten te organiseren. En dat begon met kleine feestjes. Xavier heeft dat opgestart en die is nu de artistiek leider. In de loop van de jaren was het belangrijk dat ik erbij kwam om dat meer structuur te geven. En wij zijn eigenlijk met een groep van ongeveer 100 mensen die in meer of mindere mate daarbij betrokken zijn. Laat ons stellen dat de kerngroep rond de dertig personen ligt. En dan zestig/ zeventig mensen die zich enkel aansluiten bij een bepaalde activiteit en zich dus betrokken voelen bij een bepaalde organisatie. En wat wij doen is, een van onze grote activiteiten is elk jaar tijdens de Gentse feesten bouwen we gedurende tien dagen op een afgelegen plek in de stad een voorstelling in de openlucht. En het komt er eigenlijk altijd op neer dat het plein ingericht is met een groot terras en een bar en dat je voor het betreden van het terrein onderdeel wordt van de voorstelling: een soort totaalspektakel. Je zult dus meespelen in de voorstellen. Dat kan gaan van een act opvoeren, of het laten participeren van het volledige publiek. We werken altijd ook met muziek en een presentator en eigenlijk ontwikkelen we ieder jaar weer een nieuwe voorstelling. En steeds proberen we dan met 200 ideeën van 30 verschillende mensen dat terug te brengen tot een concept en dan gaan we dat produceren.

V: Dus daar schuilt gedegen voorbereiding achter?

S: Zeker. We moeten bijvoorbeeld ook een veiligheidsplan maken voor de stad Gent. En dus moet je tijdig weten hoe het decor eruit moet zien. En dat zorgt ook dat je sommige beslissingen tijdig doorhakt in plaats dat ze voortdurend blijven wijzigen.

V: En hoe krijgen jullie die hele groep gemobiliseerd? Hoe is dit initiatief ontstaan?

S: Het is ontstaan met een klein groepje vrienden. De wens om samen dingen te doen. Wat eruit gegroeid is...is dat we steeds weer voorstellingen maken en daaruit steeds weer dingen proberen te destilleren die opzichzelf staan. Dus die gaan een eigen leven leiden buiten de voorstelling om. En daar gaan we dan weer geld mee verdienen om daarmee dan weer voorstellen te kunnen maken.

V: Oke, want ik ben benieuwd, jullie kunnen dus op jullie zelf functioneren. Hoeveel mensen zijn er in dienst bij betrokken?

S: In totaal niemand voltijd. Ik ben 20 uur per week ingeschreven en de artistiek directeur, Xavier eigenlijk ook dus dat is een iemand voltijd. In de praktijk zijn we daar allebei heel de dag mee bezig. We hebben er geen job daarnaast. En dat heeft ook wel te maken met DOK. Dit hebben we opgezet met twee andere VZW's met de bedoeling een plek te hebben om dingen te kunnen creëren en tonen en dat is een beetje uit zijn voegen gebarsten. Maar dat is dus ook tijdelijk.

V; Oke, maar mag ik eerst nog even terug grijpen naar de Gentse Feesten. Willen jullie zelf die plek? Wijst de stad jullie die toe? Wie is de vraagsteller?

S: Je hebt binnen de Gentse Feesten een organisatie die met straattheater bezig is, die hebben ons zoveel jaren geleden of wij op een plek gedurende vijf dagen een totaalspektakel opzetten? We hebben dat vervolgens gedaan. In opdracht voor het straattheater en toen kregen we daar ook een uitkoopsom voor. En dat is ons zo goed meegevallen. En daarna zijn we zelf opzoek gegaan naar een plek om iets te doen. En zo kende dat steeds weer vervolg en kiezen we steeds weer een plek die tijdelijk leeg is. En nu zitten we in een openbaar park dat door de

gemeente al drie jaar geleden onder handen genomen zou worden, maar dat wordt steeds uitgesteld, dus daarop kunnen we dus terecht.

V: En dan kiezen jullie vervolgens weer voor een nieuwe plek?

S: Ja, dat hebben we zeker ook nodig.

V: En waarom kiezen jullie er dan voor om te verplaatsen? Waarom is dat nodig?

S: Omdat we, doordat we met heel veel losse medewerkers en vrijwilligers en dus nauwelijks met een vaste structuur, daardoor willen we heel flexibel zijn en zijn dan ook denk ik bang om zwaar structureel te gaan werken. Daarom stellen we het ook steeds weer uit om een pand te huren voor een langere termijn. Dat levert teveel belemmeringen op voor wat wij willen.

V: En zijn dat organisatorische of artistieke belemmeringen?

S: Ik denk dat het beiden is. In feite hebben we het geld ook niet om zo'n betrekking aan te gaan. Vooral voor als je afspraken aangaat voor een termijn van drie jaar, dan zou dat bepalend zijn voor ons programma. Dan moeten we ons daarop instellen en financieel meer binnenhalen. We moeten dan dus meer commerciële activiteiten gaan doen om dat geld te genereren en dat is niet wat we willen doen. We willen dat doen omdat we daar zin in hebben, in dat experiment. En het ophalen van geld is niet het eerste op onze prioriteitenlijst. Dat is een reden. De tweede reden is het denk ik dat we het ook leuk vinden om te werken met watervrees. We moeten ons steeds weer aanpassen. Het terrein bepaald in grote mate wat je kan doen en wat niet. Dat vinden we gewoon tof om op te reageren. We moeten zelf creatief zijn. ook praktisch...toiletten, elektriciteit. Maar ook decor. Wat slepen we weg en waar vandaan? Vaak komt dat dan ook.... het kan zijn dat we van iemand honderd houten palletten krijgen en dan weten we: dat moet ons decor zijn, dat moet daar onderdeel van vormen. We denken dus ook vanuit het materiaal. En die houding, bepalen wat het wordt, stemmen we af op de plek, de materialen en de mensen die er op dat moment mee over na willen denken.

V: Het is niet dat dat ook weer bepaald wat de lijn is van het verhaal.

S: Ook daarin passen we ons aan.

V: En vervolgens deze omgeving: DOK: Wat is jullie rol hier.

S: Wij concentreren ons hier op de zomerprogrammering. Omdat we in de buitenzone zitten en zorgen wij voor kunst in eerste instantie. Dus geen actieve animatie maar wel de setting van de plek. En dan ten tweede, op bepaalde momenten zorgen we voor randanimatie die de sfeer van de plek ophaalt.

V: Dus jullie zijn sfeermakers.

S: Altijd, soms nog uitgebreider dan hier, maar altijd creëren we een totaalervaring. Hoe dan ook.

V: En daar vormt dus het theater ook onderdeel van

S: Nou, niet zozeer theater. We zullen nooit benadert worden als theater. We hebben geen naam. Geen discipline. We kunnen ons daar niet op vastleggen.

V: En dat biedt alle mogelijkheden.

S: Ja. Zeker. Maar we hebben in het verleden wel een aantal keer een subsidie aangevraagd en dan stel je een dossier samen dat we sturen naar de podium kunsten en dan vallen we onmiddellijk buiten theater en dan is het advies van de jury dat het niet artistiek genoeg is. Dat het meer animatie is dan theater. En dan raden ze ons aan om bijvoorbeeld aan te kloppen bij de dienst jeugd. En dan gaan we naar de dienst jeugd en dan is het niet specifiek genoeg voor jongeren. Nou, en toen zijn we het dossier zodanig gaan opstellen om geld te krijgen bij het circus discreet. Maar eigenlijk zijn we ook geen echt circus want circus moet beantwoorden aan een aantal voorwaarden / historisch bepaalde criteria. De insteek moet bijvoorbeeld geïnspireerd zijn door commedia del'arte.

V: Zie je daar een hiaat in het beleid of besef je dat jullie nergens onder passen

S: Nee, ik zie in dat het moeilijk is...wel ik zie een hiaat in het beleid dat ze bijvoorbeeld bij theater, dat ze niet breed genoeg kijken. Voor mij kan dat perfect onder theater vallen. Ik zeg niet dat er nog een nieuwe categorie moet komen. Het is een zodanig cross mediaal... een bestuiving van verschillende disciplines zodat je het niet in een vak kunt schuiven maar ik vind dat ze vanuit de subsidiering...in de overheid vaak te eng kijken. Er zitten elementen

van muziek, theater, circus in. Er zit feest in. Er zit soms zelfs een belangrijk sportelement in. Het is vaak ook een pot...waar we wel geld uit hebben gekregen is sociaal artistiek: zodat je het opzet met mensen uit de buurt. En het resultaat dat dat dan oplevert: is dat dan theater? Is dat performance? Is dat een voorstelling?

[niet relevant]

V: dus financieel doet onder aan het idee? Want, ik heb begrepen dat jullie door de gemeente zijn benadert voor de vraag: hoe ontwikkel je dit: er is dus een opdracht uitgezet. Dit is geen eigen initiatief?

S: Het is een combinatie van twee zaken. We waren op zoek naar een plek voor onze spullen. Plus daarbij wilden we ook meer het centrum uit. En ik weet niet of je goed weet wat er met dit gebied gaat gebeuren. Ik weet niet of je Gent een beetje kent. [laat kaart zien en licht stadsontwikkelingen rondom oude haven van Gent toe] Men wil dat volledig ontwikkelen als nieuw woongebied. Om dat meer te doen aansluiten bij de stad en zijn ze bezig met voetganger bruggen tussen hier en het centrum. plan op het lange termijn dus.

V: En zijn jullie hier dan om voor de 'jus' op deze omgeving te zorgen?

S: Absoluut. We hebben nu geld gekregen uit de Europese gemeenschap en we hebben dat via de stad Gent gekregen en die hebben dat gekregen om deze hoek, ook bewoners van Gent erbij te betrekken. En de stad moet warmgemaakt worden om naar hier te komen. En veel geld gaat naar mobiliteit en gebiedsontsluiting. En ons onderdeel is tijdelijke invulling. We plaatsen dat gebied op de kaart. Kijk, kom eens, het kan hier tof zijn, hier kan alles. Dat is de achterliggende gedachte van de stad. Maar, omdat die projectontwikkeling alleen maar opschuift...het zou ongelofelijk jammer zijn om het stop te zetten en daarom rekt die tijdelijke periode wat ons betreft ook op. Want wat wij in een korte tijd doen...om het nadien weer braak te laten liggen. Die plek op de kaart gezet...als je dat nu laat vallen.

V: Maar wie komen hier op af? hebben jullie daar doelstellingen voor op verzoek van de gemeente?

S: Euhm, we hebben daar doelstellingen voor gekregen. In eerste instantie moeten we een connectie met de buurt zelf leggen. Maar de bestaande moeilijk is erg moeilijk. En hoewel het de fysiek meest dichtbij burelen maar dat is heel gemengd en moeilijk bereikbaar publiek. Dan heb je ook buurten waar al sterke buurtwerking en via die contacten krijgen we wel contact met die buurten. Maar daarbij, zelf...door de uitsel van de bruggen is het wel moeilijk om contact te leggen met de overkant. Maar de opening van de eerste brug, daar maken we een grote activiteit van en laten we de burelen oversteken. En de laatste: dat zijn de toekomstige bewoners die van overal kunnen komen. Er komt straks 20% sociale woningen, maar ook 20 % andere gewone woningen.

V: En voor de beter gebudgetteerde klasse?

S: tuurlijk. Nu resteert er nog 60%. En het gebied moet ook betaald worden. En het is een privaat publieke samenwerking.

V: Maar dat is misschien ook belangrijk voor het aanzien van de buurt.

S: Zeker.... en dan heb je natuurlijk ook publieke functies met bijvoorbeeld een kinderdagverblijf etc.

V: Maar weer even terug naar het specifieke hier: ik kan me voorstellen dat dit vooral de artistieke voorhoede trekt?

S: euh ,ja. Het eerste jaar zeer zeker. En nu, ...ik ben er benieuwd naar. We programmering hier natuurlijk wel een brede waaier. En niet te highbrow, laagdrempelig en we hebben bijvoorbeeld ook Drive in Cinema maar natuurlijk door de eigenheid van de organisaties die er in zitten die al een bepaald publiek hebben, ook gewoon door de manier waarop culturele manifestaties in Gent functioneren, dat is een soort kuddegedrag he. In het eerste seizoen hebben we vooral de hoger opgeleide met bakfietsen en jonge kinderen aangetrokken, dat is onvermijdelijk.

V: En hebben jullie ook de doelen voor het tweede jaar daarop aangepast?

S: Er zijn nu een aantal specifieke activiteiten opgenomen in de kalender waarmee we het toch breder open proberen te trekken. We beginnen het programma op 5 mei nu ook met een meevoetbaltournoi. Dat is wel iets wat een ander publiek aantrekt, niet direct het publiek dat we al hadden. Ten tweede proberen we altijd iets voor de buurt te doen, toch ook specifiek door op 4 mei een vooropening te doen om de mensen van de blokken daar speciaal voor uit te

nodigen via flyering en persoonlijk contact. De ervaring leert dat het wel erg moeilijk is om mensen voor deze specifieke activiteiten naar hier te krijgen. En dat heeft met een aantal zaken te maken, met ook het andere publiek te maken. Ook al probeer je als organisator de drempel zo laag mogelijk te houden, het aanwezige publiek bepaald de sfeer van de plek.

[niet relevant]

V: Maar, even terug naar de behoefte om hier toch nog langer te blijven op deze locatie. Want eigenlijk is er toch ook niet de eindeloze behoefte om dingen steeds maar anders aan te pakken.

S: Nou, het gaat er om dat we dat natuurlijk niet meer zouden doen in dezelfde vorm. Maar we houden ook de mogelijkheden open om door te schuiven en dan de dingen mee te nemen die we nog steeds waardevol vinden. Het is dus niet zo dat we een primaat heffen op dat alles alleen maar verplicht anders moet.

V: En vind je dit: DOK, dat dit past bij wat jullie ook doen op andere plekken?

S: Ja. Maar het is ook wel duidelijk dat we wel werken met twee andere partners die andere manieren van werken hanteren. En dat is niet altijd even makkelijk. Maar juist doordat je drie invalshoeken hebt kan daar ook een hele interessante kruisbestuiving ontstaan. Anderszijds proberen we steeds weer activiteiten gezamenlijk op poten te zetten die er dan uiteindelijk toch niet komt.

V: Dus het kan versterken en tegenwerken.

S: Ja.

V: Oke, maar dit gaat dus wel echt over langere termijnprojecten. Wat ik ook bedoelde met mijn vraag: vind je dat DOK past bij jullie andere werkhouding: die van tijdelijke interventies?

S: Dat wijkt toch wel af. Omdat die dan juist zeer kort en daardoor zeer krachtig zijn. En dat brengt ook mee dat iedereen die juist daarbij betrokken is, zeer intensief betrokken is. Maar dat zou niet constant zo kunnen zijn. Daarvoor vraagt het ook weer teveel energie. Dus er moet afwisseling zijn. Tijdens de Gentse feesten maken we echt een tentoonstelling en de beloning zit hem niet zozeer in de kleine vrijwilligersvergoeding, maar in de sfeer en de ambiance, betrokkenheid. Het wordt ervaren als een trip voor ons. Amaai...allemaal samen. Dat zou hier niet vol te houden zijn.

V: Dus dat kortstondige heeft en kost die extra energie.

S: Jaja. Zo begon het en zo is dat nog steeds. En hoewel we steeds professioneler doen...blijft die kick er. Ik hoop dat we dat kunnen blijven doen. [verhaal over nieuwe generaties die erbij betrokken raken]. Maar de organisatie is wel van die aard dat ik het ook goed kan geloven dat we ooit eens op een goed moment op houdt. Omdat het zo nadrukkelijk aan personen is gebonden die voor die energie zorgen en het touwtrekkerschap op zich nemen.

[niet relevant]

12 | 04 | 2012

Antwerpen

W: Wouter Hillaert

V: Veerle Devreese

Kennismaking / Introductie

V: Want jij schrijft alleen maar?

W: Ik schrijf nu tien jaar voor de krant, voor De Morgen en De Standaard en dat betekent dat ik dan zo'n twee artikeltjes per week schrijf. En daarnaast heb ik veel opdrachten vanuit het theaterwezen zelf. En Rekto:Verso. En doordat er eigenlijk in België en Vlaanderen weinig anderen zijn die zo nauwgezet de ontwikkelingen in het theater volgen, komen dat soort opdrachten meer en meer.

V: En ik kreeg het idee, onder andere door wat je in Rekto:Verso schrijft, dat je ook enigszins zicht hebt op wat er in Nederland zich afspeelt.

W: Een beetje ja. Niet overweldigend nauwgezet hoor. Er zijn gezelschappen die ik nog nooit gezien heb. Daar kom ik gewoon niet aan toe eigenlijk.

V: Oke - schetst achtergrond onderzoek - dus dat begint eigenlijk bij de vraag: herken je dat fenomeen ook?

W: ja, dat zie ik zeker. Binnen theater is het daarbij een combinatie van factoren. Er is een probleem met beschikbare speelplekken. Fysieke plekken voor gezelschappen die geen eigen huis hebben, die moeilijk een plek kunnen vinden. Daarvoor is er bijvoorbeeld in Antwerpen of Gent echt een tekort. Vooral als je een gezelschap bent van buiten die steden. Het gevolg daarvan is dat je merkt dat er een soort tendens is, vooral bij jonge mensen, makers, dat ze weg gaan van de zalen. En daardoor neemt het aandeel locatietheater toe. Dus daarbij is dus de factor: het zoeken van een alternatieve theaterzaal die eigenlijk geen theaterzaal is. En soms is het ook een inhoudelijk keuze om het in de stad te doen, binnen of buiten. In antwoord op jouw vraag merk je wel dat... het zijn combinaties tussen invloeden van buitenaf: moeten we al die kunst nog wel subsidiëren nu al dat draagvlak afbrokkelt, en dat gecombineerd met jonge makers die het gevoel hebben; het veld is zo over geïnstitutionaliseerd, alles zit zo vastgeroest, en overrijp... waarbij ze verwijten dat het een kleine gesloten wereld is waarbinnen een politiek spel heerst. En er komen alleen maar gezelschappen bij terwijl er geen weg gaan en dat zorgt voor een soort vastgeroest systeem,... enfin dat is een bepaald gevoel dat heerst en is dus ook een correlatie tussen het vinden van nieuw draagvlak en een sector die erg op zichzelf gericht is en zich niet meer in het publieke debat mengt...zorgt ervoor dat je onder nieuwe makers wel een zoektocht naar locatie en kan je op een andere manier met publiek omgaan enzo. En dan is er soms een net iets te snelle verbinding tussen publieksbereik en we doen het in de stad. Dat is daar wel een resultaat van. Het meest pertinente voorbeeld in Vlaanderen is Benjamin Verdonck. Hij deed het kalender project waarbij hij er heel bewust bij gekozen heeft om dat een heel jaar lang in de stad te doen. En ik weet niet of het voor hem...een andere relatie met het publiek de eerste noodzaak was, maar wel gaat het over een andere manier produceren: meer on the spot, snel, kleinere dingen durven doen.

V: Ik grijp nog even terug: professionalisering van de sector maar je kunt dus vooral zeggen: een reactie tegen professionalisering.

W: Maar de reactie daar tegen is misschien een deprofessionalisering. Reactie is daarbij misschien wel een groot woord. Voor het eerst sinds lang dat je het gevoel hebt dat er sprake is van een jonge generatie bij wie het niet zozeer gaat om: ik moet zo snel mogelijk naam maken en niet denken in concurrentie. Maar voortdurend onderlinge banden leggen en samenwerken. Geert Opsommers is daar een belangrijk figuur bij. En daar voel je dat er een soort sfeer heerst: waar gaat het om: je naam of om interessante wisselwerking met het vak en het publiek. Soms neigt dat richting het sociaal artistieke.

V: Dus je word meer regisseur van een moment?

W: Ze maken nog wel voorstellingen maar het kunnen ook zeker interventies zijn. Simon Allemeersch is iemand die op dat vlak interessant bezig is. Er zit daarbij ook veel interferentie tussen dat nieuw stedelijk denken en,-

V: Nieuw stedelijk denken?

W: Ja, ik noem dat maar even zo, en de relatie met sociaal artistieke praktijken.

V: Maar hoe leg je die term beter uit?

W: Ha, tja, goed om dat boven de tafel te krijgen... eens denken, sinds Antwerpen 93, wat toen de Culturele Hoofdstad was en de basisvraag was toen: kan kunst de wereld redden? Dat wordt vaak geduid als een moment waarop er een nieuw politiek denken werd ingezet. Ook met zijn hele formele en postmoderne pogingen... je komt dan uit bij politiek en de stad.... maar nu, waarom ik spreek van nieuw is omdat het wordt nu echt een praktijk van de stad. Je voelde eerder echter nog niet dat er sprake was van een tendens.

V: En is dat alleen onder jonge makers?

W: Nee, niet alleen eigenlijk. Dat komt ook door andere mensen. Hier in Antwerpen bijvoorbeeld. Je hebt ook gezelschappen die meer geschikt zijn voor de plezante zomervoorstellingen, denk ook aan Oerol enzo. En dan werken met materiaalresten en dergelijken. En daardoor, ook qua locatiekeuzes in meer sociaal problematische buurten, door die keuzes wordt het veel meer sociaal artistiek. En daar zitten ook echt mensen tussen die al van de jaren tachtig bezig zijn. Bijvoorbeeld het gezelschap Dito Dito. En dan is een Benjamin Verdonck meer van de jaren negentig.

V: dus waarom signaleer je nu dan toch dat er een trend is?

W: Ik denk dat het neerkomt op drie dingen. Op allereerst de speelplek, waar het plaats vindt. Het is toch zo dat dat nu sneller de straat is, of in ieder geval de stedelijke ruimte als een sociaal artistieke plek dus plekken die buiten de geïnstitutionaliseerde podia vallen.

V: En dan gaat het dus puur om het decor?

W: Ja ja, gewoon de locaties die gekozen worden. En dan heb je dus weer mogelijkheden tussen binnen en buiten enzo. En twee dan denk ik dat het zich verhoudt tot... Dito Dito ging nooit een discours hebben over de neoliberale samenleving of zo. Dat zit in een andersoort discours dat gaat over vertraging, inbedding, democratisch contrast... en bij dat soort concepten de onderverdeling tussen amateurs en professionals volledig wegvalt. Iets wat acht jaar geleden niet het geval zou zijn. Terwijl een Benjamin Verdonck of een Thomas Bellinck, van een andere generatie zijn. Hij heeft bijvoorbeeld gewerkt met illegalen. Zo heeft hij het Belgische volkslied laten zingen op een centraal plein door allemaal mensen zonder papieren. Hij maakt dus helemaal geen onderscheid meer tussen wie is opgeleid en wie niet. Hij beschouwd mensen als interessant materiaal om op jouw podium te komen.

V: En gaat het dan... is dat dan vanuit het idee: mensen zijn interessant materiaal of vanuit het idee, mensen zijn interessant om te laten participeren?

W: Als het in de hoek van community art zit dan gaat het om bestemming geven en om samen iets te maken. Als het een meer klassiek theaterstructuur kent dan gaat het niet over participatie maar om artistieke keuzes. Daar heeft de maker het iets meer in maken.

V: Oke, en dan, denk je dat digitalisering impact heeft in dit verhaal?

W: Wat mij boeit, of de vragen die ik mijzelf nu stel is of we dat nieuw stedelijk denken... en het discours de relatie tussen de mens en de stad. Wat mij soms kan storen in het idee: de gelijkstelling van: we willen iets maatschappelijk relevant en we willen het buiten in de stad al dan niet met mensen uit de stad. Dat voelt ergens nog 19e eeuw. Zoals Baudelaire met flaneurs in de stad enzo... dat daar het interessante leven gebeurt... de modernisering van het stedelijke leven. De stad eigenlijk als een icoon zien van de publieke ruimte terwijl ik mezelf afvraag: is internet dat iet geworden? Is Facebook niet veel meer de publieke ruimte van de stad en als je dat doordent dan kun je je open vraag stellen: moeten theatermakers niet veel meer mediaspecialisten worden en de virtuele ruimte als podium gaan benutten. En als je dat dan linkt naar het media. Denk aan de Yesman. Er zitten op dit moment heel veel gaten in de media om met veel meer impact te hebben, die je kunt gebruiken. En wanneer je het hebt over het afbrokkelende

draagvlak, dan moet je het toch zoeken bij de media. Het probleem met theater is natuurlijk dat ze diametraal staat met het live aspect en het samenzijn.

V - uitweiden rondom Paula 92: niet relevant voor dit onderzoek -.

V: Grappig, want van anderen hoor ik juist: je hebt die analoge wereld juist zo nodig. Dat het gaat om 'ontmoet'momenten en het ik was erbij gevoel.

W: Ja, ik denk dat dat zeker aansluit omdat er toch ook een gevoel heerst: dat het minder zwaar weegt. En bijvoorbeeld bij Benjamin Verdonck die een grote dode vogel, zo groot als de mens op de Meir in Antwerpen had gelegd; daarmee komen mensen in contact die daar niet speciaal voor gekozen hebben. Als artistieke ingreep. Het is daarbij ook een soort kritiek op het ramptoerisme wat zo heerst. Maar vaak is het interessant voor de mensen die er aan deelnemen en de makers omdat je een soort kring creëert. Het is dus eigenlijk een paradox dat die publieke opening in sommige gevallen ook een soort sluiting betekent, doordat minder mensen het participatief kunnen ondergaan. Je hebt daardoor ook het gevoel dat het zich in een hoekje afspeelt zonder dat het iets achterlaat in de stad

V: Maar misschien is dat juist de wens: niet meer massabereik maar meer niche?

W: Maar je moet het dan wel vertalen...anders blijft het zeer beperkt. Dat is het voordeel van het geïnstitutionaliseerde theatersysteem, is dat het daardoor wel zichtbaar wordt. terwijl zo, bepaalde ingrepen....denk aan de Benjamins kalender, dat werd pas interessant omdat het ook op internet te volgen was en dat internet, dat moet erbij.

V: is het een drager of meer dan dat?

W: Meestal heb je enkel die analoge ruimte terwijl bij Benjamin Verdonck heb je die....ik stel me zelf dus de vraag of er veel meer gezocht moeten worden tussen die twee verschillende ruimtes

V: - onderbreking rondom transmedia, niet relevant voor het onderzoek -

V: waar ik nog naar aan het zoeken ben: enerzijds heb je een terugtrekkende overheid, anderzijds wordt het ondernemerschap aangemoedigd, om ook nieuwe vormen van publiek aan te spreken. Dus...wanneer werkt het voor publiek.

W: Om die vraag te beantwoorden moeten we een onderscheid maken tussen zomerfestivals die fungeren als artistiek verantwoorde vrijetijdsbesteding. En anderzijds heb je een beweging die ook vaak terug naar nostalgische natuurplekken. Theater aan zee en dergelijke. Dus we stappen eruit. Dat is een ding. En die festivals, die vinden wel een manier om drempels te verlagen. Meer contextuele deel van het theater zelf, dat is niet meer de plek waar constant nieuwe dingen gebeuren. Wat ik van het laatste jaar wel een interessant iets vond werd gedaan door de groep TEH en wat zij eigenlijk doen is een soort perskaartje maken van een encenering die ze twee maanden later live gaan doen. Ze verspreiden die postkaartjes waardoor mensen stellen: he er loopt opeens een ezeltje in die straat die zij die dan herkennen, en dan kan iedereen op een genoemde dag op een genoemd uur daar naar toe gaan en dan zie je wat je eigenlijk al wist dat je ging krijgen.

V: Dus dan speel je eigenlijk met het verrassingsmoment.

W: Zeker, je neemt er de hak mee op. En wat je bij bepaalde plekken ook nog doet, zoals een multiculturele wijk, en dan hangen de allochtone bewoners uit hun ramen en dan heb je daar een soort 'kunstklik' die daar staat te kijken en zij zijn dan de bezoekers die daar dan bekeken worden eigenlijk. Het duurt niet langer dan een kwartier maar iedereen staat daar dan met een kaartje in de hand en het is heel democratisch eigenlijk. En dat werkt wel echt.

V: En het is toegankelijk voor in feite iedereen.

W: ja, absoluut. En het heeft iets belevingseconomie achtung of zo en tegelijkertijd is het toegankelijk voor iedereen.

V: Gaat het dan om die mind-set van de belevingseconomie?

W: Dat is een hele moeilijke vraag....ja, het lastige is. Het gaat ook tegenwerken. Je doet mee aan neoliberale principes en tegelijkertijd, de ruimte waarin je dat niet meer kan doen, is zo klein...het heeft geen zin meer. Ik ben ook wel iets meer van het standpunt dat specifieke neoliberale structuren van binnenuit op te vreten en om te

draaien, maar dat is ook heel moeilijk om te sturen natuurlijk. En zeker als je daar beleidsmatig over denkt, je kan dat moeilijk installeren.

V: Maar een stad kan wel vanuit dat perspectief denken. Merk je dat die trend zich voordoet?

W: Nou, die zijn er wel heel kien op dat, maar dan wordt dat toch kwantitatiever ingezet: voor een breder draagvlak of zo. Maar in Gent heb je wel een goed beleid. Ik heb net een boek over het community art boek geschreven over de mogelijkheden van Gent en het is een beleidsboek...

V: En hoe heet dat?

W: De stad een podium. En voor de inleiding ben ik met de oud burgemeester door de stad gaan wandelen en een historica en we zijn eigenlijk naar de volkswijken van de stad gegaan en hebben we gediscussieerd over wat de modale Gentenaar beweegt rondom cultuur....participatiekunst, het wegvallen van de zuilen... enfin, je kunt er dat soort vragen bij stellen. Bon, maar ik dwaal af, waar zijn we.

V: Nou, waar ik enkel nog even naar toe wil is de toekomst: wat denk je?

W: Mmm, waar waren we net, want ik heb het gevoel dat ik ergens ben blijven steken in mijn verhaal?

V: Wat werkt er - voor publiek?

W: Ik denk dat de grote uitdaging is en ook voor de toekomst en sommigen slagen daar al in,...je kan het doen omdat het hip is, en sjeik staat en iedereen er mee bezig is en het goed is voor je papieren, en die tendens zie je, maar het lijkt me de uitdaging dat er gezocht wordt naar meerdere niveaus binnen jouw artistieke ingreep waardoor het zowel voor participanten interessant is maar ook voor die culturele elite die er op af komt. Waar ze daarin al ver zijn is in het jeugdtheater, daar hebben ze twee expertises: hoe communiceren ze tot kinderen op een laag en tot ouders op een andere laag en door die expertise, dat is de uitdaging voor de toekomst en voor andere interventies. Als het consequent is dan wordt het ook democratisch. En het grote gevaar is, met dat cliché beeld over kunst als...het niet die meerdere lagen kent, dan zal het het cliché bevestigen dat er kunst gemaakt wordt dat niet aankomt. als Benjamin Verdonk een zwaluwnest op een kantoorpand bouwt, dan zullen mensen dat denken maar er geen punt van maken. Maar als het gaat over we creëren een file op je dagelijkse route, wat ook gebeurt is, dan zullen mensen daar minder begrip voor hebben.

V: Dus het gaat om toegankelijkheid

W: Ja, om een toegankelijkheidswaarde. En als je daar in doordenkt. Het moet zeker niet alleen maar zijn om alles mooi en plezant te houden, maar die lagen kunnen daarin juist veel succes hebben. Bij het dode vogeltje misleid je waarschijnlijk een bepaalde groep terwijl je een andere groep weer kritiek meegeeft. En voor de toekomst dan verder, die beleidsvraag: moeten we dat nu beginnen te organiseren...dat staat daar dan weer lijnrecht tegenover. Wat Geert Opsommer daar over stelde: zodra activiteiten gerecupereerd worden door het beleid dan geklapt en mist het zijn doen en vooral zijn effect.

V: En dat kortstondige: komen we daar weer op terug, of zal het nog meer toenemen?

W: Ik geloof dat dat wel in opmars is. Omdat het een noodzaak is, ook vanuit de makers. Het zoeken naar andere codes. Maar ook dat kan heel snel gerecupereerd worden. De artistieke ingrepen die het meeste bereik hebben die worden vanuit de retailbedrijven toegeëigend. Dat het werkt merk je daaraan. Dat zij het zich toe-eigenen door meer commerciële initiatieven. Maar instellingen lijken er dan weer totaal niet mee bezig, enfin, het gebeurt wel en ik heb er ook niet maximaal zicht op maar je voelt wel dat er dingen aan het leven zijn in een stad die in opmars zijn en ik denk dat dat de avant garde van vandaag is met dat idee van de autonome kunstenaar en het contrast daarvan. En ik denk dat die scène een veel natuurlijkere band heeft met de virtuele wereld. Maar op een bepaalde manier heb ik wel het gevoel dat het theater eindig is. Dat over zoveel jaar de theaters hetzelfde zijn als de kerken nu of zo. Maar dat kan ook nog lang duren hoor. Maar het hangt wel samen met draagvlak enzo. Maar het zal nog lang duren.

V: En veel gemoederen los maken binnen de huidige sector.

23 | 04 | 2012

Brussel

J: Joris Janssen

V: Veerle Devreese

V: - introductie

J: Grappig, want toen jij vraag binnenkwam toen had ik aanvankelijk het idee, dan moet je juist zijn in de beeldende kunst hoek.

V: Nee, juist niet, het gaat niet over disciplines.

J: Maar dan nog, je noemde ook de relatie met digitalisering en die, die zie ik eigenlijk ook helemaal niet.

V: Nou, laat dat dan vooral ook los. Het gaat er juist om, je kan het ook plaatsen in een vernetwerkte samenleving. En daar hangt dan weer sociale media mee samen. En je zou kunnen denken, door sociale media is het makkelijker om iets op een 'afwijkende' plek te organiseren omdat je er nu eenvoudiger anderen over kunt informeren. Potentieel publiek. Maar nu gaat het echt om die kortstondige interventies. En ik begin een beetje te denken dat het woord interventies hier in Vlaanderen eigenlijk automatisch gekoppeld wordt aan de vorm: sociaal artistiek.

J: Niet noodzakelijk.

V: Dacht ik ook.

J: Het hangt er ook vanaf wat je onder sociaal artistiek verstaat. Als het gaat om die doelstellingen....het is natuurlijk ook heel moeilijk om louter artistiek te onderscheiden van sociaal artistiek. Waar ligt dan de grens? Binnen de sociaal artistieke sector zal het er meer om draaien dat je werkt met kansengroepen en dat je probeert onder hen ook een aantal competenties te ontwikkelen. Daaraan zie ik het fenomeen niet gerelateerd. Maar je hebt ook een marge van kunstenaars die sowieso iets willen doen met buiten, de artistieke ruimte. Maar dat is natuurlijk niet gegarandeerd en gefundeerd door te werken met kansengroepen. Een voorbeeld als Benjamin Verdonck Bijvoorbeeld, is een uitstekend voorbeeld, vooral hoe hij een jaar of tien geleden actief was. Dat is wel interessant om je verder in te verdiepen, zijn traject is wel exemplarisch. Het begin van zijn werken in de publieke ruimte, begin jaren negentig, eind jaren negentig, toen hij in Brussel...werkte hij samen met Cityminded. Wat hij ondermeer gedaan heeft is een hut bouwen op een kraan aan het zuidstation. Die hut heeft er tien dagen gestaan en daar speelden zich dan taferelen af. En een aantal jaar later heeft hij iets dergelijks gedaan met het vogelnest, in 2005, aan de toren van de Anspachcenter, op een plek met twee knooppunten in de stad en dat was zeker geen sociaal artistiek project. Hij beschouwde het als een theatervoorstelling. Door dat op die manier als te parafaseren is dat al een zeer specifieke invalshoek. Het gaat dan om het inzetten van artistieke instrumenten in een andere omgeving. Hij beschouwd dat als een artistiek onderzoek. Wat gebeurt er als je elementen uit het theater in een andere omgeving zet?

V: Dat is dus een artistieke overweging om de buurt misschien te ontregelen. En herken je dan in de theaterwereld dat dat iets is dat veel meer toeneemt, dat de stad als podium wordt benut? Of is dat iets van alle tijden?

J: Nou ik denk niet dat het iets is van alle tijden. Maar ook niet iets van het laatste jaar. Laat ons zeggen dat het een trend is die toch al tien jaar geleden is ingezet.

V: En hoe valt dat te plaatsen?

J: Ik denk dat dat te maken heeft met het onderzoek van podiumkunstenaars. En ook de zoektocht naar een andere relatie met het publiek.

V: Is dat ook een echt doel?

J: Het is natuurlijk moeilijk om dat te veralgemenen. We zien wel een trend waarbij podiumkunstenaars meer en meer naar buiten gaan en uiteraard zullen daar ook niet louter artistieke motieven bij gelden.

V: Dus zowel artistiek als publiek trekken?

J: Ik denk de twee beiden. Op zich is het interessant om een aantal cases te bekijken. In de afgelopen periode zijn we daar vanuit het VTI ook sterk mee bezig geweest om die ontwikkeling te documenteren. En wie bijvoorbeeld relevant is: in 2002 is er een publicatie geweest over alledaagse volkscultuur. Maar we hebben er ook een themanummer aan gewijd: werken buiten de muren.

V: Dus het feit dat jullie dat hebben geïnitieerd, dat zegt ook dat er iets gaande is. Dat jullie dat ook signaleren.

J: Ja, absoluut. Het gaat om die zoektocht om de praktijk anders in te richten. Ook om op een andere manier met publiek in gesprek te gaan. Je komt sowieso met andere mensen in aanraking. Mensen die er niet voor gekozen hebben. Maar natuurlijk verschilt dat. Op locatie kunnen dingen ook heel sterk georganiseerd zijn. Toegangsticket etc. Dat zijn weer hele andere dingen

V: En hoe ondersteunen jullie als VTI?

- niet relevant voor deze scriptie -

J: nou, we nemen ook praktische elementen op ons want er zijn een aantal dingen niet goed geregeld waardoor de mogelijkheden belemmerd worden.

V: Precies, want biedt het beleid daar ruimte voor

J: Nou, in het kunstendescreet is kunst in openbare ruimte niet apart gedefinieerd. Maar ook daarnaast, zowel buiten als binnen, daar zijn altijd een aantal regels aan verbonden. Denk aan veiligheid en verkeer. Wij hebben daar destijds wat studiedagen voor georganiseerd met ook een handleiding voor wanneer je een evenement wil organiseren: waar moet je dan rekening mee houden. Dus we ondersteunen ook door Know how te verzamelen.

V: oke, dus echt concrete hulp daarin bieden, niet alleen context. En zien jullie ook hoe er vanuit de stad gedacht wordt ten aanzien van dit soort activiteiten? Staan steden daar voor open? Hebben jullie daar zicht op?

J: Ja, dat gebeurt natuurlijk. Er zijn ook initiatieven die ook vanuit Steden genomen zijn. De Zomer van Antwerpen bijvoorbeeld. Wat zij ook doen is creatie opdrachten geven. En op die manier wordt dat ook heel nadrukkelijk door de stad Antwerpen gestimuleerd.

V: Maar dan is het dus eigenlijk alweer gereguleerd.

J: Natuurlijk ha

V: Waar zit de grens: wanneer komt het vanuit een club mensen, wordt er dan ook voor open gestaan. Is dat een mogelijkheid in Brussel? Komt het voor?

J: Heel weinig. Ik heb weinig weet van ongereguleerde initiatieven. Even terug naar het voorbeeld van cityminds. Dat is een voorbeeld van een hele kleine organisatie van mensen die zeer activistisch zijn ingesteld. En ik neem aan dat zij met alle veiligheidsnormen wel in overeenstemming zijn, maar verder.... de interventies die zij destijds deden dat waren geen grote logge massa evenementen. Dat waren meer 'prik-acties' die zeer vlug waren opgezet. Het was heel kleinschalig en daar was dus ook weinig voor nodig. Je ziet ook dat organisatorisch....hoe groter een organisatie, hoe groter de initiatieven, hoe meer gereguleerd.

V: Zouden die kleine initiatieven ook uitgelegd kunnen worden als tegenreactie? Met op zet weg van die instanties.

J: Ja. Ik zie geen...als echt de motivering zou zijn: je afzetten tegen het artistieke bestel, dat zie ik hier vanuit het instituut niet direct. Maar het kan zijn dat het ons ontgaat. Het is eerder om artistiek onderzoek of opzoek naar een andere relatie met de samenleving.

V: En meer gedreven vanuit het ondernemerschap? Omdat het werk? Omdat publiek meer op zoek is naar tijdelijke spannende zaken?

J: Wij zitten natuurlijk vooral aan de artistieke makers kant. En dan zie ik dat toch ook niet onmiddellijk. Uiteraard zijn mensen altijd opzoek naar nieuwe spannende dingen. Bij de voorbeelden die ik heb aangehaald zie ik minder cultureel ondernemerschap als motivering.

- niet relevant voor scriptie -

J: Als je gaat kijken naar een aantal cases van gezelschappen die buiten gaan spelen: financieel maakt het hen vaak moeilijker.

V: Waarom?

J: Omdat, wanneer je echt op locatie gaat spelen, dan is het vaak een van de consequenties dat je toeschouwers daarvoor anders gaat benaderen. Studio Orka is een gezelschap dat nu flink opkomt en vooral op jeugd en jongeren is gericht. En allemaal absolute topkwaliteit. Die maakten een voorstelling in volkstuintjes...maar daar kunnen dan wel maar dertig mensen publiek bij zijn.

V: Dus eigenlijk is productioneel gezien niet zo aantrekkelijk.

J: productioneel gezien is het ingewikkeld, zoiets. Plus het aantal toeschouwers blijft beperkt dus uitkoopsommen worden er zeker niet lager op.

- niet relevant voor scriptie -

V: Ik heb voor dit onderzoek ook gesproken met Wouter Hillaert die je welbekend zal zijn en hij formuleerde een gezichtspunt dat toch nog wel even interessant is om te toetsen aan de kennis die binnen dit instituut aanwezig is. Hij stelde dat het theatergebouw misschien wel eens de kerken van de 21ste eeuw zouden kunnen zijn: doelend op de leegloop. Kun je je daar in vinden?

J: Mmm, misschien wel, maar het doet me ook denken aan een geweldig artikel van Bart Verschaffel dat hij in een editie van de Witte Raaf heeft geschreven: Over de Mythe van de straat. En hij heeft wat tegengas geboden tegen die mars van de gedachte: we zitten vast in onze instituten, we moeten op een andere manier naar het publiek kijken. En dat geldt niet alleen voor gezelschappen die de straat op gaan maar ook in de architectuur. Voor verbouwingen. De Beursschouwburg is daar een goed voorbeeld van. Je hebt daar een rode gang. Het is dus een theatergebouw en het is in het begin van 2000 verbouwd. En een van de dingen die ze gedaan hebben is [maakt tekening], maakt een rode gang tussen twee delen die deel uit moet maken van de publieke ruimte door het open te stellen.

V: Dus eigenlijk nieuwe manieren zoeken voor oude gebouwen om andere relaties met het publiek aan te gaan?

J: Wel, dat was de bedoeling, toch is het anders gelopen om veiligheidsredenen. Dus praktische bezwaren die tegen een politieke keuze in gaan. Wat Verschaffel zegt: dit is een slechte evolutie, want wat is de plek van kunst in de samenleving: vanuit zijn eigenheid levert kunst als reflectieruimte een bijdrage aan wat er zich afspeelt in de samenleving, zich afzetten tegen de vermarkting enzo. En hij stelt: je moet je realiseren dat als je de straat binnen haalt...de logica van de straat is handel. En hij zegt; als je die rol wil spelen, kun je jezelf als institutie je enkel ook zo naar buiten gedragen. Als een justitiepaleis binnen gaat: daar heerst de logica van het gerecht. En leiders de logica van de politiek. En dat geldt ook voor de kunst. In het theater geldt de logica van de kunst en dat betekent dat je een aantal dingen wil geloven en een aantal dingen niet wil geloven en voor een deel in die logica van het theater wil meegaan. en dat raak je kwijt wanneer je de straat op gaat.

V: En, kun je je daar in vinden?

J: mmm. Ten dele wel. Het is een interessante positie om de dingen op scherp te stellen. Tegelijkertijd denk ik ook, hoe maak je...als je inderdaad wil omgaan met iets zoals vermarkting binnen de cultuursector zelf...ik denk dat het inderdaad ook goed is om niet te maskeren dat je vanuit een artistiek veld ook een andere logica laat primeren.

V: dan vind ik dit voorbeeld, buiten het feit dat het dus ook nog is mislukt, het ook nog heel erg veilig is aangepakt.

J: Ja, eigenlijk wel.

V: /wat ik dan interessant vind vervolgens... in Nederland zal de teneur nog wat forser zijn dan hier, maar daar geldt toch zeker de gedachte dat we het contact zijn verloren met het publiek. Dus, dan kun je je weer afvragen: helpt het dan om jezelf te blijven opstellen volgens de 'oude' logica van bijvoorbeeld een rechtbank.

J: Mmm, ik denk alleen dat als je kijkt naar organisaties en gezelschappen en die op die manier een stap willen zetten naar een nieuw publiek, die verdienen daar helemaal geen geld mee. In tegendeel. Dat is een investering.

Bijvoorbeeld de Zomer van Antwerpen...daar hebben ze altijd de intentie om de entreprijzen zo laag mogelijk te houden. Dat beleid, ook rondom aankoopssommen, dat is lastig.

V: Ja? Is het nadelig voor makers?

J: Het is heel goed voor makers. Ze worden wel betaald door de stad.

[gesprek over lage entreprijzen / culturele democratie / niet relevant voor deze scriptie]

24 | 04 | 2012

Brussel

K: Katrien Laenen

V: Veerle Devreese

K: Ik ben eh, dus we hebben een bouwmeester sinds 1999, en eigenlijk is er toen beslist om de kunst waar ik al een stukje in actief was, en die eigenlijk vooral ehm, in Vlaanderen bezig was met het uitvoeren van het decreet van kunst in openbare ruimte en gebouwen...zoals jullie in Nederland ook hebben, denk ik..

V: Klopt

K: Ja, en tegelijkertijd (onverstaanbaar) dat was toen pas. Dat bestond eigenlijk niet en wij waren daar ad hoc, zo heel ja, bijna op vraag van bepaalde specifieke personen mee bezig, maar daar was geen structureel iemand of structuur mee bezig... en dus vanaf de bouwmeester die er eigenlijk instaat om in Vlaanderen dan de architecturale kwaliteit van de leefomgeving in Vlaanderen te bevorderen vanuit oprecht naar publieke gebouwen, is er toen beslist om eigenlijk de kunstenaars de cultuur, binnen de scene binnen te trekken en sindsdien zijn we eigenlijk bezig met projecten om ofwel in kader van dat decreet maar ook bouw (onverstaanbaar) los daarvan plannen hebben in de publieke ruimte en daar dan iets willen doen.

V: En jullie discrimineren?

K: Wij, wij, men kan zich tot ons richten met een vraag van begeleiding, of bemiddeling of hoe je dat wilt noemen. Of die rechtsreeks te maken heeft met een artistieke vraag, maar natuurlijk doordat we in een omgeving zitten waar ook vragen binnen komen rond ontwerpen, architecturale begeleiding een kruisbestuiving. Dat eigenlijk naar aanleiding van een architecturale vraag van een opdrachtgever ook ziet dat dat een interessante uitdaging is en dat daar ook specifiek iets mee te doen. Dus dan hebben we eigenlijk collega's onder elkaar die dat aankaarten en dan pikken we daar ook op in. Dus eigenlijk een beetje een mengeling. Waarom is het ook een beetje zo'n mengeling en dan eigenlijk nu, na twaalf jaar, een beetje zo, de evaluatie die we moeten maken, de rechtstreekse vraag is zeer interessant geweest om onze praktijk op te bouwen en heeft ons heel veel ervaring op doen lopen, maar we zijn en blijven een klein entiteitje binnen een groter geheel van architectuur en wij kunnen die vraag niet meer aan. Dus vandaar dat we nu iets meer moeten gaan zoeken wat is nu echt de focus van de Bouwmeester ten aanzien van en de dienstverlening die de plaatselijke overheid zou moeten geven rond Bouwmeester die dat begreep en andere toepassingen maken in de publieke ruimte. En daar zijn we ook met, via Bam bijvoorbeeld, met mensen van cultuur over aan het nadenken hoe dat je eigenlijk...Ja, de Bouwmeester is nooit een instantie geweest die opgezet is om reguliere overheidswerken in gang te zetten, eerder om pijnpunten te dicteren...

V: precies

K: ... beetje de voorhoede te zijn, een bepaalde visie op de maatschappij te dicteren en daarop in te spelen op de projecten, dat op te zetten. Dat is eigenlijk een beetje de ambitie en de gedachtegang en de ambitie van de huidige bouwmeester, Peter Singe (...) hij heeft hier een aantal memo's geschreven die zijn beleid africht voor volgend jaar, hij is eind 2010 begonnen, dus hij heeft een plan voor volgend jaar een beetje zijn beleid toe te lichten, en kunst in opdracht, noemen wij het meestal, is daar eigenlijk een onderdeel van. Het is ook een van de aandachtspunten waar hij door het feit dat het wordt aangekaart- je moet ineens nadenken over onze opdrachten, wat specifieke argument van Bouwmeester kan en dat is ook specifiek in zijn beleidsnota een aandachtspunt.

V: Maar enerzijds denken jullie dus mee maar anderzijds denk ik dat jullie ook misschien meer een helikopterperspectief aannemen: wat gebeurt er in Vlaanderen, om ook die voorhoede te kunnen zijn. Wat gebeurt er in de rest van de wereld?

K: Ja, eh in de mate wel dat we kunnen, we zijn dus met twee man...

V: Wow

K: We kunnen... dus ikzelf plus een artistiek adviseur, dus we hebben een persoon uit de kunstwereld, die we ook zo als Bouwmeester een mandaat geven gedurende een paar jaar om de artistieke aspecten op de voet te kunnen volgen en ook keuzes mee te kunnen maken. Wij proberen inderdaad zo genaamd al mensen op artistiek vlak maar ook maatschappelijk te detecteren en daar wat debat over te doen maar ja, eh als je veel projecten hebt, heb je dus eigenlijk niet zo veel kans, minder dan we zouden willen, om altijd echt in de voorhoede te zitten. Dat is eigenlijk iets dat we wel zouden willen, eigenlijk ook in het kader van de nieuwe lijn die we in willen, dat we naar een soort, ehm positie, bij de bouwmeester regelen, maar dat moet eigenlijk ook die andere poot vervuld zijn, namelijk dat je een stuk aanspreekpunt dat we nu zijn, verschuift naar een meer reguliere dienst binnen de Vlaamse overheid en dan kan je je eigenlijk volop concentreren op een aantal meer thema's die we hier ook zouden, via die leningen, aan willen brengen. Maar wat dan nog te doen, en dat is iets in het kader hiervan, we wel gedaan hebben, is bijvoorbeeld vanuit de publieke ruimte, de fysieke publieke ruimte dan weliswaar, een aantal een aantal aspecten uitproberen, bloot te leggen en daar enerzijds kunstenaars voor uit te nodigen en anderzijds mensen die meer op theoretisch vlak beschouwingen mogen geven. Zo hebben we de ...caeries opgestart, dit is het laatste boekje dat we begin dit jaar samen met de opening van dit atelier hebben gepresenteerd, het kadert heel breed openbaarheid maar daar hebben we heel specifiek ingezoomd naar het publiek domein en zijn verhouding tussen geplande ruimte en restruimte. De specifieke ambitie van dit cahier is

V: En restruimte is gewoon niet gepland maar uit zichzelf opkomend?

K: Dat kan eigenlijk verschillend ladingen dekken, dat kan al een geplande ruimte zijn maar waarvan je dan door gebruik vaststelt dat de gebruikers van die ruimte die niet gebruiken..

V: Oke-

K: Of dat die zeer marginaal gebruikt wordt- ook dat kan echt het resultaat zijn van meer juridische, eh een situatie dat je meer eigendomsstructuren hebt die elkaar blijkbaar niet raken- die in de verwachtingen van elkaar daar iets doen ontstaan waardoor dat er een bepaald gebruik komt dat niet typisch daarvoor, maar daar wordt eigenlijk hier wel naartoe geleefd, eigenlijk op allemaal verschillende manieren geïnterpreteerd worden- Want wat we wel hebben vastgesteld dat kunstenaars die geselecteerd geweest zijn door het artistiek adviseur dat die zich vooral hebben gefocust op de stedelijke ruimte en die verhouding en het spanningsveld tussen geplande ruimte en...

V: En waarom?

K: Ehm, waarom dat dat is. Ik heb daar niet meteen een verklaring voor, maar wij zelf hadden het wel breder opgevat, waarom wij, omdat de Bouwmeester waarmee we dat begonnen waren, een Bouwmeester was die eigenlijk 1 specifieke ja, beter passende infrastructuur die op een kwaliteitsvolle manier de departementen die met infrastructuur bezig zijn, aanleg van wegen, autowegen, bruggen, tunnels, whatever, die eigenlijk vandaaruit waar dat je ook wel vaak zeer specifieke ruimte daar wel geïnteresseerd was. We hebben wel eigenlijk wel zelf, niet zozeer vanuit de kunstenaars, van daaruit gesprekken bijna een soort van gedwongen formule of vorm zijn waarbij dan eigenlijk kunstenaars die ruimte iets als iets dramatisch ervaren, maar juist als ruimte zien om iets te doen. Terwijl, een stedelijke ruimte, een ruimte is waar dat kunstenaars per definitie ook hun vraagtekens hebben bij een bepaald gebruik, een bepaald opgelegd gebruik en misschien daar juist nog meer dingen ziet,

(Veerle en Katrien even doorelkaar)

...nog meer strikter en strenger zijn, nog meer hun grenzen en bereikbaarheid proberen te tonen om je juist bewust te maken van de al dan niet terechte ruimte willen beheren.

V: Ja

K: Dus ik denk dat dat de reden is dat kunstenaars stedelijke ruimte... en onze opzet is ook met die cahiers om eigenlijk een dubbel doel, als als tot een doelpubliek te richten, misschien zelfs ruimer. We hebben dus uiteraard die kunstenaars, daar werken we mee, maar het is binnen die context van het publiek domein. Dus zo willen we ook wel

een beetje de ambtenaren bereiken of daar ook een beetje de geesten openen, die met stedenbouw bezig zijn. Zo is er dit jaar vanuit deze legislatuur een herdenking van architectuurplan van Vlaanderen aan de gang, waar dat dus ook de Bouwmeester beslist heeft een stukje voet tussen de deur te krijgen en ze doen mee aan werken om ze, ja om ze ja toch een plan om in heel Vlaanderen toch kantoorpand leeg komt, de verhouding privaat publiek, om daar een stukje visie over te ontwikkelen. Bijvoorbeeld de eerste cahier dat we gemaakt hebben, ging over onze punten ... als problematische plek waar dan je kunstwerk opgerezen.

V: Ja, dat is een leuke discussie op zich

K: Ja, dat was hier een paar jaar geleden ook wel het geval, en dus we stelden vast dat er eigenlijk op lokaal vlak heel veel ja, heel veel kunstwerken neergezet werden alsof dat een evidentie was. Terwijl ehm, het niet altijd interessante kunstwerk... dat heeft eigenlijk wel tot de situatie geleid dat we zien dat eigenlijk geen enkele artistieke situatie, geen enkel verkeerstechnische evaluatie over alles over mogelijke kunstwerken (onverstaanbaar)

V: En jullie maken dan eigenlijk toch meer een overall evaluatie, herkennen jullie ook een tendens dat er meer kortstondige tijdelijke activiteiten in de stad gebeuren met een artistieke insteek? Zier jullie dat ook, signaleren jullie dat?

K: Ja ik denk het wel, ook in Vlaanderen is er heel wat kunst in de publieke ruimte, eh of ik ben met vele artistieke evenementen die gaandeweg plaatsvind, hangt een beetje van de verschillende hoeken af.

V: Zoals?

K: Nou ik denk dat een aantal ontstaan door steden zelf die meer georiënteerd naar het feit dat toch ook naar City marketing, mensen ergens naartoe trekken, ik denk bijvoorbeeld aan Gent die in januari 200 jaren lichtfestival organiseert, met ja, je kunt zeggen er zijn daar goede dingen bij, er zijn daar ook zo heel commerciële dingen bij Dat is zo'n beetje tussen een aantal goede artistieke kunstenaars, kunstenaars met goede paden daarvoor en andere dingen die puur een populaire iets, die duidelijk mikken op een groot publiek en ook heel veel eh, dingen. Maar je hebt even zo goed, zoals je ook een beetje in je inleiding aangeeft, toch ook meer ja, guerrilla initiatieven van kunstenaars die je een stukje braakland ziet nemen om daar te beginnen groente te kweken of wat dan bij ons eigenlijk aan enige .. is, (onverstaanbaar) een initiatief dat zeker al tien jaar bestaat van een klein cinemazaaltje hier de manova...

V: Ja

K: Die eigenlijk elke zomer ergens op een publiek domein een tent opslaan en installeren en een eigen filmprojectie doen. Maar ze doen dat telkens op andere plaatsen juist omwille van het feit dat het ... zijn of plekken van waar misschien wel plannen voor zijn, maar niet plannen die zij verantwoord vinden of de buurt niet verantwoord vind, zij hebben andere keuzen. Dus echt een initiatief niet zomaar leuk of goed vinden en ik ben daar echt een soort boodschapper bij naar de publieke ruimte. Dus je hebt zo initiatieven waar ook kunstenaars van instanties waar waar je inderdaad ziet dat er heel veel dingen gebeuren, kunstenaars semi- sociaal artistieke zaken heb je ook om bepaalde bevolkingsgroepen in de maatschappij te bereiken en dat zijn eh.

V: Maar is dat iets van deze tijd of is dat van alle tijden? Komt dat nu meer op?

K: Ik denk wel dat dat met deze tijd te maken heeft als ik 50 jaar terug zal denken dan denk ik dat de document misschien al of zelf als bij jullie ...een soort tijdelijke interventie in de ruimte, maar meer vanuit een illusie waarbij dat kunstenaars zeggen van ik wil niet iets doen binnen vier muren, ik wil iets doen waar dat, ik wil die grenzen gaan verkennen. Terwijl dat nu eigenlijk vanuit verschillenden geledingen vanuit de bevolkingen instanties komt en niet zozeer denk ik, als je terugkijkt in de tijd vanuit de artistieke wereld. Het is misschien daaruit wel gegroeid maar toen waren het niet zo verschillende ehm ja reacties die de maatschappij die nu kunt aanspreken en ik denk dat dat ook te maken heeft met zo'n eeuwige discussie natuurlijk van wat is publieke ruimte, wat is private ruimte in een publieke ruimte, terwijl ik denk het is eerder omgekeerd, zijn er niet bepaalde private ruimten die ook publiek zijn. En vroeger was die scheiding denk ik veel strikter en hield ieder zich meer strikter op zijn eigen gebied denk ik. Terwijl

dat nu allemaal meer doorelkaar begint te lopen ofwel privé-initiatieven die publieke ruimte kunnen die semi publieke ruimten in semi-private ruimten kunnen gebeuren. Ik denk dat dat daar ook mee te maken heeft dat je dan nu...

V: Maar misschien, gewoon als ik het dan weer vanuit mijn achtergrond bekijkt, je zou eigenlijk kunnen zeggen dat alle grenzen vervagen. Gewoon zowel virtueel als analoog, dat is eigenlijk een grappige, heeft misschien niet zoveel met betrekking tot mijn onderzoek.. maar het is wel, daardoor overal is dat misschien zo een tendens die gaande is en dat dat ook een reden is dat er ook op andere manieren naar dat soort ja nieuwe vormen, ja zijn er nieuwe vormen, is het een experimenteel onderzoek om de stad in te duiken? Is dat het voornaamste of is het voornamelijk sociaal-artistiek? Vanuit een makersgedachte? Want waar wordt die, waarom wordt juist vooral die stedelijke omgeving zo?

K: Ik denk dat de makers zo divers volgende is, dat je niet puur meer kan zeggen de maker doet dat alleen maar met een bedoeling om maar puur een sociale dimensie aan te breken of de maker doet het alleen omdat hij als kunstenaar puur artistiek bezig wil zijn. Ik denk eerder dat een kunstenaar ik denk dat een kunstenaar altijd een statement doet, waar hij het ook doet. Dus eigenlijk dat hij altijd de bedoeling heeft om daarmee zeg maar een papier te helpen.

V: Zou het ook, kan je dit ook koppelen aan de experience economy, dus dat meer kunstenaars ervoor kiezen omdat het een nieuwe manier is om publiek te bereiken?

K: Tsja dat za misschien toch wel eh.. Ik heb ooit, ik heb onlangs ronde tafel gesprekken georganiseerd om juist de werken te evalueren en de verwachtingen ook en ik had het georganiseerd met telkens apart de groepen, kunstenaars apart, opdrachtgevers apart, artistiek deskundigen. En bij de groep kunstenaars, ik had het samengesteld, en het mooi was ik had drie kunstenaars aan tafel zelfs zij eigenlijk die opdracht situatie dat eigenlijk en voel mij niet thuis om een soort antwoord te geven dat mijn werk eigenlijk in de publieke ruimte kan hebben, maar we moeten rekening houden plots met wat de opdrachtgever van mij omwille van mijn manier met kunst bezig zijn, dat vinden ze eigenlijk, die stond op zijn autonomie. Terwijl ander kunstenaars die publieke ruimte, daar sta ik niet. Ik heb geen publiek ruimte nodig om mijn werk te kinnen maken opdat mijn werk betekenis zou kunnen hebben. Ja, om nu te zeggen. En alles dat er tussenin zit is eigenlijk een artistieke.

V: Ja er zijn op die manier verschillende werkvormen. Okee, dus dat is dan vanuit de makers. Maar ehm, in de inwoners van een stad, die het beleven, het ondergaan, gewoon is het daar een groter vraag naar? Is het ook met een vraag aanbod-idee?

K: Hmm, de echt de inwoners ik denk wel dat dat je dat kunt stellen dat dat de mensen van vandaag iemand, een persoon die wel impliciet vragen naar dat er in een stad tijdelijke interventies zijn, maar we zijn denk ik wel een maatschappij die impliciet vraagt naar een soort activiteit om te compliceren als er niks te doen is. Een deel van de bevolking zal wel voor een kop koffie gaan, maar er zijn toch wel mensen die denk ik echt naar Brussel, naar Gent, naar die steden komen omdat daar allerlei interessante dingen te doen zijn.

V: Dat zou wel voor een stad duidelijk maken dat met creative city...

K: Het komt, het komt. Het wordt een soort handelsmerk en je merkt toch dat er een soort van ja, gezonde concurrenties zijn tussen al die kleine stadjes en dat dat dorpjes dat aan de kust België bijvoorbeeld allerlei beeldtentoonstellingen, dat stelt niet echt voor echt maar de mensen...Dus er ontstaat zo duidelijk een druk door elkaar om initiatieven van dat brengt dus blijkbaar mensen op de been.

V: Want eigenlijk is de hypothese van mijn onderzoekje, al is het gigantisch breed- zouden culturele instellingen meer die tamelijk log vaak zijn en vaag zijn- en nu al een tentoonstelling voor volgend jaar meeplannen, zouden zij af en toe juist meer korte termijn, zouden zij meer de stad in moeten gaan, meer draagvlak voor, moeten zij meer stedelijke interventies inzetten om meer het publiek te bereiken in plaats van een ivoren toren om het cru te zeggen... daar, wat denk je ervan?

K: Ehm, mijn spontane reactie zou zijn dat je, denk ik dat het belangrijk is om te zien dat er niemand een instantie wel probeert de dingen op mekaar af te stemmen, ik heb wel het gevoel dat het, ik heb je het voorbeeld gegeven van

het beeld aan de kust en ja dan denk ik dit gaat eigenlijk de gevaarlijke kant uit en ik krijg een verkeerde vorm van interpretatie ervan. Laat staan dat je niet alles natuurlijk op dezelfde manier moet doen, laat staan dat bepaalde dingen onder hetzelfde hoedje moeten zitten. Maar bijvoorbeeld als in een stad als Gent waar dat wel denk ik gebeurt. Als men daar naartoe trekt zijn ze eigenlijk een beetje de motor van allerlei andere dingen die daar gebeuren.

V: Een sectorvoorbeeld

K: ..maar wat ik wou zeggen is dat ik denk als bijvoorbeeld in andere steden niet zo'n voortrekkersrol heeft, dat toch belangrijk is dat dingen op elkaar afgestemd worden en dat meteen blijkbaar ...blijft allez, er kan volgens mij ook een wisselwerking ontstaan tussen misschien een commerciële beleid met allerlei doelgroepen en organisaties... zo kun je ook stimuleren dat er naar de museums meer getrokken wordt, hoeft niet noodzakelijk meteen het museum zelf te zijn denk ik, dat is dat ik denk dat het vooral een kwestie is dat dingen op elkaar afgestemd worden dat de mensen snappen het is allemaal cultuur en of we nu naar het museum gaan, of gaan in de stad ehm iets beleven. Dat je meer duidelijk maakt het een is niet zo verschillend als naar het andere gaan. Laat het museum ook maar het is niet verschillend.

V: Want dan stopt het weer, het moet eigenlijk een open einde hebben...

K: Ja, iets dat mensen moeten leren er zijn verschillende vormen van cultuur en cultuur uitingen en van waar je die kan beleven. Dus in het museum kan je dingen doen en in de kerk, de hedendaagse dimensie van mij mag een museum in de stad is het onbelangrijk om het in de hand te houden en je hebt een museum en je hebt de opera.

V: En is dat de taak van beleid of is dat de taak van musea zelf die gewoon goed in de gaten moeten houden van..

K: Ik denk dat de politiek daarin actief is en dat voorbeeld musea omdat ze natuurlijk denk ik wel de vinger aan de pols houden van waar de kunstenaars mee bezig zijn, wel ja ik denk dat ze vooral ..zijn aarbij de een dingen kan signaleren een soort van ideoloog krijgen n musea zien waar mensen mee bezig zijn en denken dit zou leuk zijn voor de stad dan misschien moeten we het zelf niet doen maar kan misschien de diens cultuur daar iets mee doen of een samenwerking.. of ene kleien organisatie dingen opzetten. Dat soort dingen meer. Want ik denk dat zekere in Vlaanderen, we zijn al maar klein dat er beter een samenwerking...

V: Terwijl juist, bottum up projectjes, guerilla enzo, die zouden juist misschien wel voortdurend overal passen.

K; Ja guerrilla is natuurlijk per definitie iets dat je niet moet gaan reguleren, dat moet je een kans geven. Die zullen waarschijnlijk ook een bepaald moment ook duidelijk maken wanneer ze dingen, bepaalde dingen ehm in de stedelijke ruime zoals overconsumptie.

V: Want die wildgroei, overconsumptie is dat de toekomst?

K: Dat vind ik moeilijk. Het grootste vraagstuk waar dat wij, ik vind dat moeilijk. We zitten in een visuele cultuur en omdat je sowieso te maken hebt met heel heel veel visuele prikkels. Als je dan met hedendaagse kunst ergens een laag op wil leggen ja, welke concurrentie gaat tegen de beeldende kunst aan. Concurrentie, nog iets visueel prikkelender. Bij jullie in Rotterdam die kabouter daar, dan denk je het is duidelijk de bedoeling om ergens de aandacht op te trekken en te provoceren opdat je het gezien zal hebben. Of moet je juist, dat is de vraag denk ik, ook van heel veel kunstenaars die beginnen juist dingen die helemaal niet meer met individualiteit te maken heeft. Wel een bezigheid, die ja, omdat onze cultuur is nu eenmaal visueel, ook in Vlaanderen al die dingen prikkelen, trekken je aandacht. Dus je ziet heel veel creativiteit in, al die stromingen in de beeldende kunst. Dus ik vind dat wel de uitzaaiing van hoe gaan we eigenlijk in het publiek ruimte interessante dingen blijven doen zonder een overkill

V: Ja, want ik ben nu dit onderzoekje vooral gestart vanuit een perspectief van vooral wat er in Nederland gaande is. Wij hebben op een gegeven moment een soort van manier contact verloren. Dus zoeken we naar nieuwe vormen van contact maar je kan, maar dan zou dat een manier kunnen zijn om een beetje een 'ik was erbij gevoel' te creëren wat misschien een gunstig effect heeft, maar kan dus ook op een gegeven moment een totale verzadiging opleveren.

K: Ja ik dacht bij jullie trouwens dat Nederland misschien meer in de traditionele vormen van kunst in de publieke ruimte op een bepaald moment ook tijd was beelden weg te nemen in plaats van bij te plaatsen

V: Omdat het niet meer gezien wordt?

K: Omdat het vervlakt en het is eigenlijk het is altijd toch of vaak, niet interessante kunstuitingen die ik dan zie. Geplaatst om een breed draagvlak te krijgen, dus dan zijn het dingen dan die heel de tijd wel mee spelen dat in je achterhoofd moet houden als je ergens naartoe gaat om interessant en ..te blijven. Waarschijnlijk daarom dat die meer tijdelijke dingen zoals ... die ervaring beleven en dat je eigenlijk wel, ja dat je bij je merk blijft voor bepaalde. Vaak heb je twee kanten, want je kan evengoed, ik niet uitgesproken voor of tegen het feit dat we stoppen met bepaalde interventies in de publieke ruimte, ik vind ook interessant we willen zien wat er dan zal overblijven en dat die toch blijkbaar determinienderd zijn en over de identiteit van een plek gaan dus puur en alleen maar met tijdelijke interventies van de stadsculturen het feit dat je blijkbaar niks duurzaam hebt terwijl ja ook daarom.

V: Het zijn misschien meer, net zoals Museumnacht, dat is bijna absurd te geïnitieerd, maar zorgt misschien wel voor een nieuw publiek maar vervolgens moet je zorgen dat ze wel terugkomen naar de instantie zelf. Ik loop even tussendoor nog, ja, daar was ik benieuwd naar Krijgen jullie als bouwmeester vragen ook vanuit stad om hier mee over na te denken? Of gewoon om daarmee visie over te vormen?

K; Nee, dat hebben we eigenlijk niet. Dat zijn eigenlijk dat zijn meer denk ik de cultuurdiensten die daar mee bezig zijn..

V: Regionaal

K: Terwijl dat wij, eigenlijk in Vlaanderen niet veel dialoog, te weinig eigenlijk denk ik, wij worden eigenlijk gevraagd meer door stedenbouwkundige diensten openbare werken die een plein ergens gaan aanleggen en die dan bij de aanleg voor dat plein ja, intern blijkbaar wel denken van een kunstwerk wel of een interventie interessant zou zijn en meer start vanuit die permanente reflex. Maar anderzijds hebben wij wel projecten opgezet de komende jaren juist binnen dat decreet, die eerder te maken hebben met de informele ingrepen dan daarbuiten wij pakken ook omgekeerd vanuit het feit dat we daarbinnen ook meer doen, de grenzen meer af. Niet omgekeerd dat we omdat men weet: de Bouwmeester is een instantie op ook meer de permanente dingen qua architectuur, de aanleg van publiek domein en dus ook die kunst opdrachten, we gaan niet zozeer betrokken zijn bij beleid. Wat we wel in Vlaanderen, denk ik wel dat dat het feit dat er een Bouwmeester is gekomen heeft eigenlijk wel heel veel steden beïnvloed om over die publieke ruimte na te denken. Dat denk ik wel het is meer een soort algemeen effect dat ik vast stel, toen ik begon was er niets eigenlijk op dat vlak hier en daar natuurlijk, maar eigenlijk sindsdien zijn er eigenlijk wel redelijk veel steden daarmee bezig die dat ook in beleidsplannen willen inschrijven er zijn er die ook werkgroepen rondom publieke ruimte hebben opgericht en bezig waren vanaf het begin. we zijn er ook een paar moeten uitstappen omdat we een beetje in conflict gingen op de eigen positie als je eerst in de werkgroep van de stad zit, dan heb je hier weer projecten. Dus we hebben daar eigenlijk nu een beetje meer de positie van we zijn er voortdurend en als er iets op gang gaat komen dan moet je eigenlijk gaan kijken van wat er past dan

V: Interessant. Ik denk dat de tijd alweer hard gaat he? Maar ik heb ook harstikke, gewoon wat goede dingen bi elkaar gehoord juist van vanuit een ander perspectief. Vanuit theaterhuizen enzo, het is heel interessant ik zou nog 40 gesprekken op die manier kunnen voeren omdat het een beeld vormt van eigenlijk toch iets wat nog eigenlijk zo niet benoemd is, verkennend....

