

Tindemans: Ja, aangezien de theatersector een semipublieke sector is, die minstens voor 90% gesubsidieerd wordt. En dat is ook maar goed zo. Als dat verandert – en er zijn stemmen in die richting, je moet maar eens naar het discours van de Nederlandse minister van Cultuur luisteren, die de eigen inkomsten steeds wil verhogen – stel je je in die richting kwetsbaar op. Dan ontstaat er een probleem van informele macht. Er is druk genoeg in die richting. In de omroepsector hebben we dat gemerkt. Zoiets als de CocaColachannel vind ik op zich geen probleem. Kanaal 2 is een commercieel bedrijf en CocaCola is een commercieel bedrijf. Wat zij aan elkaar willen verkopen maakt mij niet uit. Maar als een publieke omroep onder druk wordt gezet om dit soort inkomsten te vergaren, waarbij dit soort grenzen ter discussie komt, dan is er een probleem. In die zin zijn de theaterwereld en de mediawereld vergelijkbaar.

Holthof: Vanuit mijn financieel-economische krant vind ik het eigenlijk een beetje grotesk dat je vandaag over het theater – dat voor ongeveer 90% gesubsidieerd wordt, en economisch dus totaal niks voorstelt – niets dan dat soort liberale vrijemarktedoe hoort. Eigenlijk wordt dat door de overheid opgelegd. Zoals ook VTM een puur staatkundige constructie was toen het opgericht werd, en er nu pas vrije concurrentie kan bestaan, nu ze concurrentie hebben. Waarom hebben jullie mediaadvertenties nodig? Om bij jullie budget te voegen en dat dan op te sturen naar Vdertje Staat. Dat is iets dat eigenlijk van hogerhand opgelegd wordt, en eigenlijk helemaal niets met vrije markt te maken heeft.

Schyvens: Dat wordt helemaal niet opgelegd.

Holthof: Tweede punt dat ik wil opmerken: mediasponsoring komt enkel de grote gezelschappen ten goede, tenzij je een conglomeraat voert (*kijkt daarbij naar Paul*).

Schyvens: Dat is niet waar.

Holthof: In elk geval komt het alleen maar gezelschappen ten goede. Losse producten komen niet in aanmerking.

Schyvens: Losse producties? Tom Lanoye: dat is een telefoontje naar De Morgen. Dat is zo klaar.

Holthof: Goed, maar er zijn heel wat mensen die Tom Lanoye niet zijn.

Schyvens: Kleine gezelschappen: De Roovers.

Holthof: Ja, maar die heb je gebundeld.

Schyvens: Niks gebundeld. Er is een vraag gesteld aan De Standaard. En De Standaard heeft gezegd: 'De Roovers, dat zien wij wel zitten. Dat is een heel jong gezelschap dat een beperkt aantal voorstellingen speelt, of dat een interessant doelpubliek bereikt, en – dat is de

hoofdrede – die vooral artistiek iets interessants te vertellen hebben'. Dat is een projectgezel- schap met geen enkele verplichting ten opzichte van de staat. Alleen moet de begroting kloppen. Dus ook niet x% eigen inkomsten. Het is de enige projectgroep die door een krant wordt gesponsord, denk ik. Er zit natuurlijk wel potentieel in, naar het jaar 2000 toe, dat weten die kranten ook.

De Clopper: Ik weet niet, Marc, waar je het haalt dat dat zou opgelegd zijn. In de ultraliberale taal die ook bij de overheden gesproken wordt, gaat men er nu wel van uit dat de sponsors de tweede subsidiënten zijn. Dat wordt niet meer in vraag gesteld. Men gaat ervan uit, maar men legt het niet op.

Tindemans: Maar die 15% staan wel in het decreet.

Schyvens: Ja maar, eigen inkomsten verwerf je gewoonlijk door uitkoopsommen. Ik heb nog nooit, bij alle deals die ik heb afgesloten, een druk gevoeld dat ik die deal moest maken omwille van eigen inkomsten. Dat had alleen maar te maken met meer mogelijkheden, bijvoorbeeld veel meer promotie, dan spaar je x aantal franken uit, waarmee je dan weer een nieuwe productie kan maken.

Tindemans: Maar er zit wel een logica in. In het nieuwe theaterdecreet staat dat ook projectgroepen eigen inkomsten zouden moeten hebben. Dus zelfs de beginners, zij die zogezegd de ruimte krijgen om puur te experimenteren zonder dat er enige return is, krijgen een wettelijke eis van eigen inkomsten opgelegd. We hebben daartegen geprotesteerd. Er is een logica van eigen inkomsten, en daaronder is expliciet ook sponsoring opgenomen, of dat nu in natura is of in liquide middelen.

Schyvens: Het hoeft geen sponsoring te zijn. Je moet eigen inkomsten verwerven, en het is jouw keuze hoe je die verwerft. Ik vind dat er wel een heel zachte druk mag zijn om eigen inkomsten te verwerven.

Tindemans: Maar wat is de gedachte: is het een stimulus om je zaken te verkopen, of is het een onderdeel van de filosofie: 'je hebt onze middelen, zorg dat je er nog andere middelen bij hebt'. Dat zijn twee verschillende dingen. Als het tweede het geval is, ontstaat er een politiek probleem. Je kan niet langs de ene kant zeggen 'experimenteer er maar op los', en langs de andere kant 'maak dat je zeker zoveel eigen inkomsten hebt'. Een projectsubsidie wordt nu ook gekoppeld aan een resultaat.

Sels: Misschien wordt die druk ook wel vertaald bij organisaties en zelfs jonge gezelschappen in de drang om zich heel persistent te manifesteren, ook in de pers. Ik heb het niet alleen over sponsor- en ruilvereenkomsten en zelfs over losse advertenties, maar ook over

redactionele aandacht. Goed uitgebouwde organisaties gaan er soms van uit dat de pers een natuurlijk verlengstuk is van het promotiekanaal van een organisatie. Ik hoor vaak van Nederlandse collega's dat zij daar kordaat mee omspringen. Wij reageren meegaand, denk ik. Volgens mij zijn daar ook minder vooraankondigingen te lezen in de dagkrant, zijn er meer lange discussies in die katernen en culturele supplementen die ze hebben. Daar worden ook minder aankondigende, bekendmakende, promotionele stukjes geschreven. Daarnaast zijn er de jonge groepen die zich wel moeten manifesteren, omdat de subsidiedrem- pel zo hoog ligt.

De Clopper: Het vragen om redactionele aandacht hebben wij in het begin jarenlang gedaan. Dat was gewoon een onderdeel van onze job. Oorspronkelijk waren onze persdossiers trouwens bedoeld voor die aankondigingen. Ik zie daar een geweldige evolutie in. Vroeger werd dat nooit beschouwd als hengen naar media-aandacht in promotionele zin. Aankondigingen gebeurden gewoon systematisch. Maar het landschap is zo sterk uitgebreid, er zijn zo gigantisch veel producties, dat dat gewoon niet meer kan. En dan krijg je iets anders, natuurlijk. Nu doe je een beetje aan verleiding: wie wordt er wel aangekondigd via een artikel, en wie niet? Natuurlijk gaan de kleintjes dan het gevoel hebben dat zij nooit aan de bak komen. Ik denk dat je die druk van hen nu enorm voelt, want dat zijn ook hun enige middelen op dit moment. Zij kunnen, net zoals wij tien jaar geleden, de telefoon nemen en zeggen 'doe toch iets voor ons'. Wij hebben nu andere middelen, dat moeten we toegeven. Een positieve evolutie vind ik wel dat er nu meer interviews in plaats van vooraankondigingen gepubliceerd worden. Dat lijkt me veel interessanter. Dat is een evolutie naar echte informatie. De criteria zijn geëvolueerd.

*Etcetera: Wat zijn de criteria voor vooraankondigingen en interviews?*

Sels: Ik vind het belangrijk om 'oeuvres' te volgen, en om een gesprek met een kunstenaar regelmatig verder te zetten. Je wordt natuurlijk het meest benaderd door de groepen die al lang bezig zijn en die de knepen van het vak kennen. Een interview of vooraankondiging kan vanaf het moment dat er in dat oeuvre een stap gezet is, of er plots iemand met overtuigend werk komt aankloppen, of iemand al een tijdje bezig is en in de krant nog niet gepresenteerd werd. Soms kan je niet anders, bijvoorbeeld als een productie zo'n belangrijke rol is gaan spelen in de media dat het nieuws is geworden. Dan moet je mee. Dat is het mindere criterium.