

en maakt er amper ééntje winst. Zaalbezettingen in de *West End* halen tegenwoordig de 70% niet meer, en dat net op het moment dat aan de zuidkant van de Thames de met ongeveer 20 miljoen euro gesubsidieerde *Royal National Theatre* al twintig maanden met een zaalbezetting van 90% draait.

Een mogelijke interventie van de culturele GIMV zou er in kunnen bestaan dat ze deel wordt van een model van ‘gemengde productiefinanciering’ waarbij de pre-voorstellingsfase integraal met subsidiegelden gefinancierd blijft en de voorstellingsfase met middelen uit de culturele investeringsmaatschappij. De terugbetaling van de inleg van de investeringsmaatschappij zou dan worden gekoppeld aan wat de productie aan eigen inkomsten genereert (tickets en andere). Daardoor ontstaat een soort van hybride financiering – subsidies gekoppeld aan (potentieel terugbetaalbaar) investeringsgeld. De overheid doet dan voor een stuk aan risicodeelname met mogelijk *upside potential* wanneer de productie hoge inkomsten genereert, waarbij dan vaak (wegens de ‘kostenziekte’) toch nog een deel van de *running cost* als subsidie zal moeten worden gedragen. Dit model zou bijvoorbeeld kunnen werken bij theaters die aan de inkomstenkant een hoger risico lopen (zij die spelen op *partage* of, doordat ze in hun eigen theater spelen, organisator van hun eigen voorstellingen zijn). Aan de inkomstenkant zitten die theaters potentieel immers in de logica van een vrije markt: naast de productierisico’s en de daaraan verbonden financiële consequenties, is er het risico van onzekere inkomsten.

High risk / low return

De kostenmechanismen voor de ‘vrije sector’ zijn eigenlijk niet substantieel anders in de gesubsidieerde sector dan in de niet-gesubsidieerde sector. Een repetitieperiode die eigenlijk alleen maar geld kost en bij de vrije producenten nu al voorwerp is van economisering ten koste van de kwalitatieve output, wordt gevolgd door een voorstellingsperiode die onderhevig is aan Baumol en Bowens wetmatigheid. De conclusie van toekomstige investeringsanalisten lijkt voor de hand te liggen: het ‘produceringsproces’ (zeg maar de voorstellingsreeks) is bij de podiumkunsten door zijn niet-industriële karakter niet alleen een echt *performance risk* (de voorstellingen moeten avond na avond gespeeld worden en avond na avond kan er dus vanalles fout gaan), de kostenspiraal van die voorstellingsreeks is evenmin te ontkennen. Op het eerste gezicht bestaan er dus voor de toekomstige culturele GIMV andere investeringen met een lager risicoprofiel en een hogere return. Bij mode en design bijvoorbeeld, zit je sowieso al in een meer industriële context dan bij de podiumkunsten. Laat ook daar de *research and development* fase (zoals bij de podiumkunsten) in essentie een niet-rendabele (of beter: moeilijk te rendabiliseren) investeringsfase zijn, verkoop- en marketingkosten daargelaten is de (re)productiekost in die sectoren natuurlijk van een heel andere orde. Louter op financiële, markttechnische gronden kan dus worden gevreesd dat een culturele investeerder de podiumkunsten als *high risk/low return* zal blijven zien.

Concurrentiestrijd

Er is nog een tweede element dat (met name de niet-gesubsidieerde) podiumkunstensector parten gaat spelen. In de culturele industrieën moet de sector in de clinch met architectuur, film, mode en design,

waar twee *adagio*’s gelden waarmee ze in hun ‘concurrentiestrijd’ met de gesubsidieerde sector ook al zo vaak mee om de oren worden geslagen: innovatie en internationalisering. Bij mode en design is ‘een ruime buitenlandse afzetmarkt’, een belangrijke parameter als het over industriële potentie gaat. Daarnaast is het innovatieve karakter van beide sectoren bijna pleonastisch. Want we kunnen ons zo voorstellen dat er (gelet op het huwelijk tussen cultuur en economie) wel iets van het gedachtegoed van het recent opgerichte Vlaams Innovatiefonds (overigens gedoteerd met 75 miljoen startkapitaal) zal binnensluipen. In de superconcurrentiële mode- en designmarkt is vernieuwing immers nog veel meer dan bij de (gesubsidieerde) podiumkunsten een *unique selling proposition* waartegen het voor een vrije theaterproducent – die toch liever een wat grotere graad van voorspelbaarheid inbouwt – eigenlijk onmogelijk concurreren is. Dit dan gekoppeld aan de drang tot internationaliseren, het actief zijn in een *global market* drijvend op de golven van de *world economy* en de slag lijkt voor de commerciële collega’s bij voorbaat verloren.

Het belang van breed-denken

Toen bij de beslissingen rondom de subsidiëring van de muziektheaters uiteindelijk bleek dat geen enkele musicalorganisatie werd erkend, werd door het kabinet Anciaux snel verwezen naar de culturele industrie als mogelijk soelaas. Omdat, zo was de redenering, musical toch per definitie een commercieel genre is dat binnen marktgerichte context zou moeten kunnen gedijen. Alleen was uit de ingediende dossiers al gebleken dat er bij dat zogenaamd ‘marktgericht’ zijn van musical minstens twee opmerkingen te plaatsen zijn. Ten eerste doet dat onrecht aan de kleinschalige initiatieven, waarvan de *laboratoriumfunctie* ver weg ligt van het Broadway-gehalte van de grote broers, en ten tweede zijn die ‘grote broers’ in de ‘brede markt’ maar hele kleine jongens. Al praat de Vlaamse musical zich hier misschien een handicap aan die het gewoon moet overwinnen. Het is opvallend dat de Vlaamse musical er niet in slaagt zijn actieradius te verbreden naar een ander buitenland dan Nederland. Je leest in interviews dan wel eens ‘wie zit in het buitenland op de Vlaamse musical te wachten?’ als argument om de spreiding van het genre te laten stoppen bij Groningen in het noorden en Rekkem in het zuiden. Waarbij de evidente bemerking kan worden geplaatst dat niemand zoveel jaar geleden op de Vlaamse dans en het Vlaamse theater zat te wachten. Kortom: wie in de logica van de culturele industrie zijn eigen markt beperkt tot Vlaanderen en Nederland vertrekt met een behoorlijke achterstand.

De culturele investeringsmaatschappij zal in de *core cultural industries* (film, design, mode) een belangrijk werkterrein vinden. Omdat er voor een internationale afzetmarkt wordt geproduceerd en productinnovatie een belangrijke component is. Gek genoeg komen we daardoor toch in de creatieve logica van de ‘gewone’ industrie terecht. Een industrie die zichzelf niet innoveert, geen creatieve processen op gang trekt en zich van daaruit internationaliseert, heeft geen bestaansrecht of bestaanszekerheid. Of de onderliggende *content* dan cultuur is of niet, doet er niet toe. Of nog scherper gesteld, is de culturele GIMV niet gelijk aan een *Cultureel Innovatiefonds*? 75 miljoen euro lijkt anders alvast een aardig startbedrag.