

Academiejaar 2004-05

De Vlaamse Culturele Investeringsmaatschappij
-
**Denkpistes ter ondersteuning van de Vlaamse
Promotiegaleries**

Tine Maenhout

UAMS-begeleider: Prof. dr. G. de Brabander

Instellingsbegeleider: J. Van Steenkiste (Initiatief Beeldende Kunst)

Scriptie ingediend tot het bekomen
van het diploma Master in Cultuurmanagement

Dank komt toe aan professor G. de Brabander voor de inrichting van de opleiding en de uitstekende coaching het voorbije jaar. Dank komt ook toe aan Johan van Steenkiste voor de formulering van de opdracht en begeleiding de voorbije drie maanden. Mijn hartelijke dank ook aan Adriaan Raemdonck en Ann Overbergh zonder wiens medewerking en sympathie de zoektocht veel moeilijker verlopen zou zijn. Verder dank aan de geïnterviewden en de vele mensen die bereid waren een gesprek aan te gaan over de galeriesector of de culturele investeringsmaatschappij.

En in het bijzonder dank ik Thomas en mijn familie voor hun onvoorwaardelijke steun tijdens het voorbije academiejaar.

De auteur geeft de toelating deze scriptie voor consultatie beschikbaar te stellen en delen van deze scriptie te kopiëren voor persoonlijk gebruik. Elk ander gebruik valt onder de beperkingen van het auteursrecht, in het bijzonder met betrekking tot de verplichting de bron uitdrukkelijk te vermelden bij het aanhalen van resultaten uit deze scriptie.

1 juni 2005

Inhoudsopgave

Inleiding: Situering en onderzoeksstructuur	p.6
1. <u>Inleiding</u>	p.7
2. <u>Belang van het onderzoek voor het IBK en de Vlaamse overheid</u>	p.8
2.1. Het IBK	p.8
2.2. De Vlaamse overheid	p.10
2.3. Het IBK en de Vlaamse overheid	p.10
3. <u>Methodologie</u>	p.11
Deel I: Onderzoekcontext: De beeldende kunstensector in Vlaanderen	p.12
1. <u>Schets van de sectorale problemen</u>	p.13
1.1. Onaangepast overheidsbeleid	p.14
A. Onderfinanciering	p.14
B. Directe ondersteuning	p.14
C. Productiegerichte ondersteuning	p.15
1.2. Individualistische opstelling van de sector: verkapte netwerken	p.15
2. <u>Doelstelling voor de beeldende kunstensector: positionering</u>	p.16
2.1. Artistieke werkstad Vlaanderen	p.16
2.2. Voorwaarden: sterke vernetwerking en ontwikkelingsgerichte initiatieven	p.17
3. <u>Middel om de doelstelling te bereiken: gericht indirect overheidsbeleid: Publiek-private samenwerking</u>	p.18
3.1. Noodzaak van Publiek-private samenwerking	p.20
3.2. Schets van de huidige situatie: barrières tussen de publieke en private spelers	p.21
A. Overheid versus private spelers	p.21
B. Publieke sector actoren versus private sector actoren	p.21
C. Private sector actoren buiten de beeldende kunstensector versus de sector	p.22
3.3. Publiek-private samenwerking (PPS)	p.22
A. Definitie	p.23
B. Partners: wie werkt met wie samen	p.23
C. Taakverdeling: wie heeft welke belangen	p.24

- | | |
|---|------|
| D. Meerwaarde: waarom wordt er samengewerkt | p.24 |
| 4. <u>Publiek-private samenwerking operationeel maken: Een culturele investeringsmaatschappij</u> | p.27 |
| 5. <u>Experimentele casus: de Vlaamse promotiegalerie</u> | p.28 |

Deel II: De Vlaamse culturele investeringsmaatschappij & de Vlaamse promotiegaleries	p.30
---	-------------

- | | |
|---|------|
| 1. <u>De Vlaamse culturele investeringsmaatschappij</u> | p.31 |
| 1.1. Definitie | p.31 |
| 1.2. Vlaamse doelstellingen voor de oprichting van een Culturele investeringsmaatschappij | p.32 |
| 1.3. Functies | p.33 |
| 1.4. Return on investment | p.38 |
| 2. <u>De Vlaamse promotiegaleries</u> | p.38 |
| 2.1. Definitie en taken Vlaamse promotiegaleries | p.38 |
| 2.2. De promotiegalerie als cultureel industriebedrijf | p.41 |
| A. Product: De plaats van de beeldende kunsten binnen de culturele industrieën | p.42 |
| B. Onderneming: De definiëring van de promotiegalerie als cultureel industriebedrijf | p.44 |
| 2.3. Sectorgerelateerde problemen en doelstellingen voor ondersteuning | p.46 |

Deel III: Ondersteuningsmodellen	p.52
---	-------------

- | | |
|--|------|
| 1. <u>Werkwijze</u> | p.53 |
| 2. <u>Waardeketen</u> | p.53 |
| 2.1. Ketenactiviteiten | p.53 |
| 2.2. Horizontale en Verticale verbindingen | p.54 |
| 3. <u>Aangewezen PPS modellen</u> | p.55 |
| 3.1. Verstevigen horizontale verbindingen | p.55 |
| 3.2. Verstevigen verticale verbindingen | p.56 |

3.3. Algemene gevolgen met betrekking op de noden van de sector	p.56
4. <u>Mogelijke ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri</u>	p.58
Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri: OPSTART	p.60
Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri: PROSPECTIE EN SELECTIE	p.66
Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri: PRODUCTIE	p.67
Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri: PROMOTIE	p.70
Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri: EXPORT	p.76
Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleri: ONTWIKKELING	p.78
5. <u>Mogelijke ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri</u>	p.84
Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri: KUNSTENAARS	p.84
Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri: VERZAMELAARS	p.86
Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri: MUSEA	p.88
Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri: BEDRIJVEN	p.90
Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri: OVERHEID	p.95
Deel IV: Aanbevelingen	p.98
Deel V: Bijlagen	p.105
Bibliografie	p.106
Contactlijst	p.112

INLEIDING

-

SITUERING EN ONDERZOEKSSTRUCTUUR

1. Inleiding – p.7

2. Belang van het onderzoek voor het IBK en de Vlaamse overheid – p.8

3. Methodologie – p.11

1. Inleiding

De beeldende kunstensector in Vlaanderen heeft te maken met een structurele onderfinanciering. Dat is bekend. De oorspronkelijke onderzoeksopdracht van het IBK in overleg met de UAMS bestond er dan ook in om op zoek te gaan naar alternatieve financieringsbronnen voor de sector. Die opdracht werd geformuleerd voordat van overheidswege bekend gemaakt werd dat de Vlaamse overheid de oprichting van een culturele investeringsmaatschappij overweegt. Al gauw bleek dat de mogelijkheden van een culturele investeringsmaatschappij in Vlaanderen verder reiken dan het aanboren van nieuwe financieringsbronnen. Dankzij een culturele investeringsmaatschappij zouden een aantal structurele problemen van de beeldende kunstensector opgelost kunnen worden. De onderzoeksopdracht werd dan ook al gauw hertaald. Het leek interessant om op zoek te gaan naar ondersteuningsmogelijkheden voor het beeldende kunstenveld via een culturele investeringsmaatschappij. Dit vraagt echter om zeer uitgebreid onderzoek en om binnen het tijdsbestek tot heldere resultaten te kunnen komen werd één ongewaardeerde maar zeer belangrijke speler voor de sector onder de loep genomen, namelijk de Vlaamse promotiegalerie. De uitdaging van de opdracht lag dan ook in het ontwikkelen van een aantal denkpluims ter ondersteuning van de Vlaamse promotiegaleries via een culturele investeringsmaatschappij.

De uiteindelijke doelstelling van dit rapport is om de Vlaamse overheid een handig werkinstrument aan te bieden waarmee ze de Vlaamse promotiegalerie in het ondersteuningsbeleid van een culturele investeringsmaatschappij kan opnemen. Er wordt aan de hand van drie delen naar een aantal concrete aanbevelingen toegewerkt.

In een eerste deel wordt de problematiek rond de beeldende kunstensector geschetst. Dit is belangrijk om de problematische positie van de overheid tegenover de sector te begrijpen. Er wordt aangetoond dat de sector nood heeft aan alternatieve ondersteuningsmaatregelen, complementair met het bestaande subsidiesysteem, om zich te kunnen positioneren. Die ondersteuningsmaatregelen kunnen in de vorm van Publiek-private samenwerkingsmodellen door een culturele investeringsmaatschappij omkaderd worden.

In een tweede deel wordt nagegaan hoe een culturele investeringsmaatschappij kan werken. De verschillende ondersteuningsmodellen worden overlopen. Vervolgens wordt de Vlaamse promotiegalerie gedefinieerd om die definitie in een ruimer kader van culturele industriebedrijven en –producten in te passen. De culturele industrie is namelijk de doelgroep van een culturele investeringsmaatschappij. Deel II wordt afgesloten met een opsomming van de belangrijkste noden van de galeriesector. Die noden zouden dankzij ondersteuning opgelost kunnen worden.

In deel III wordt een inleidende methodologie aangereikt aan de hand waarvan ondersteuningsmodellen zullen worden uitgewerkt. Die methodologie is gebaseerd op de theorie van de waardeketen. Vervolgens worden een groot aantal ondersteuningsmodellen uitgewerkt, waarna de belangrijkste in de aanbevelingen naar voor worden geschoven. De Vlaamse overheid kan, indien ze dat wenst, die aanbevelingen ter harte nemen bij het ontwerp van de culturele investeringsmaatschappij voor Vlaanderen.

2. Belang van het onderzoek voor het IBK en de Vlaamse overheid

Het onderzoek naar alternatieve financiering voor de Vlaamse galeriesector kwam er op vraag van het Initiatief Beeldende Kunst. Als bemiddelaar tussen de Vlaamse overheid en het veld van de beeldende kunsten speelt ze hiermee in op een aantal actuele tendensen in het Vlaams cultuurbeleid.

2.1. Het Initiatief Beeldende Kunst

Het **Initiatief Beeldende Kunst (IBK)** is, op initiatief van Vlaams Minister van Cultuur Bert Anciaux en na een schriftelijke vraag vanuit de sector, opgericht in december 2001 en wordt omschreven als sectoraal steunpunt voor de beeldende kunsten in Vlaanderen. Een steunpunt is een organisatie of instantie die voor een bepaald deel van het culturele landschap ondersteuning verleent. Dat gebeurt op basis van concrete doelstellingen en kerntaken die eruit voortvloeien.

Het doel van het Initiatief Beeldende Kunsten is de ontwikkeling van de beeldende kunsten en de kwaliteit van de uitoefening van activiteiten binnen het veld van de beeldende kunst bevorderen. Het fungeert als tussenpersoon, als katalysator tussen beleid en werkveld (artiest, organisatie, vereniging), tussen universiteiten en publiek, tussen informatie en educatie, tussen overheid en praktijk, tussen maatschappij en cultuurpraktijk. Het IBK werkt coördinerend en brengt zo (meer) efficiëntie tot stand. [Van Steenkiste, 2004, p.11]

Het IBK richt zich in de eerste plaats naar professionele actoren actief in het veld van de beeldende kunsten.

De doelgroepen zijn in verschillende categorieën onder te brengen [Van Steenkiste, J., 2004, p13]:

- Musea voor hedendaagse kunst
- Galeries
- Beeldende kunstencentra en andere organisaties beeldende kunst

- Tentoonstellingsmakers
- Kunstverzamelaars
- Publicaties en kunstkritiek
- Kunstenaars en kunstenaarsinitiatieven
- Kunstopleidingen

Doordat de werking van het IBK nog volop in ontwikkeling is, kan ze zich nog niet ten volle tot alle sectoractoren richten. Zo vallen de galeries en kunstverzamelaars nog enigszins buiten haar beleidsveld. IBK stelt zich echter tot doel op korte termijn ook die actoren te benaderen. Dit in de eerste plaats om de problematische positie van deze sectorspelers te onderzoeken. Het zijn spelers die binnen een private context opereren maar dit meestal met een belangrijke publieke impact. Het zijn met andere woorden actoren die binnen een semi-publieke sfeer werken. Ze nemen een aparte plaats in het veld in en ondanks het publieke belang van deze sectorbewoners is het voor de Vlaamse overheid problematisch deze een plaats te geven in haar beeldende kunstenbeleid. Het IBK echter van haar kant wil de mogelijkheid nagaan in welke mate deze actoren ook door overheid ondersteund kunnen worden. Het IBK ziet hier vooral een oplossing in de mogelijkheden van Publiek-private samenwerking. Niet enkel kunnen de sectorbewoners uit de private sfeer daardoor in het Vlaams cultuurbeleid worden opgenomen, ook kan bekeken worden hoe de samenwerking tussen de sectorspelers uit de publieke en de private sector kan gestimuleerd worden.

Het belang daarvan werd dan ook beschreven in het 'Mapping onderzoek van de beeldende kunstensector' dat door het centrum voor cultuursociologie in Leuven in opdracht van het IBK werd uitgevoerd.

'Spanningsveld publiek-privaat: Een belangrijk spanningsveld in de sector van de hedendaagse beeldende kunsten is de meer dan eens moeizame verhouding tussen 'publiek' en 'privé', 'markt' en 'overheid'. Zo geraken privé-collecties nauwelijks in de publieke ruimte en negeren gesubsidieerde instellingen nogal eens de inbreng van privé-verzamelaars, bedrijven of galerieën. Daarboven schipperen de meeste kunstenaars tussen de private en publieke ruimte.'
[Gielen, Laermans, 2004, p.151]

Het IBK is er van overtuigd dat Publiek-private samenwerking voor een aantal alternatieve financieringsbronnen kan zorgen en een aantal spanningen kan oplossen, waardoor op termijn de hele sector belangrijke impulsen krijgt. Het IBK heeft dan ook een onderzoeksvoorstel gedaan naar aanleiding van de beleidsverklaring 2004-2009 van Vlaams minister van cultuur Bert

Anciaux waarin cultuurproducten die binnen de private of semi-publieke sfeer vallen een prominente plaats krijgen.

2.2. Overheid

Uit de beleidsverklaring 2004-2009 van Vlaams minister van cultuur Bert Anciaux blijkt dat ook de Vlaamse overheid geboeid is door de vaak problematische scheiding tussen de publieke en private actoren in de cultuursector. Om deze enigszins op te heffen en de partners uit beide kampen samen te brengen werkt men aan een overheidsbeleid ter ondersteuning van die cultuurproducten die binnen de private of de semi-publieke sfeer vallen. Ze definieert die culturele goederen en diensten als de 'Culturele Industrieën'. Prioritair daarbij is de oprichting van een culturele investeringsmaatschappij.

In zijn jongste beleidsverklaring schrijft Vlaams minister van cultuur Bert Anciaux hierover:

“Op grond van zijn doorgedreven cultuurbeleid subsidieert Vlaanderen een sterk en gevarieerd cultuuraanbod. Dat cultuuraanbod wordt hoe langer hoe meer door commercieel geïnspireerde spelers ingevuld. De tendens naar commercialisering van cultuur wordt soms als bedreigend aangevoeld. Toch houdt het heel wat kansen in: we zien dat tal van creatieve partnerships mogelijk worden en ook effectief worden aangegaan. Tegelijk verscherpt het de vraag naar de rol van de cultuuroverheid als subsidieverstrekker en naar haar taak bij de ontwikkeling van het commerciële cultuuraanbod. Zij zal dan ook de opportuniteit en effectiviteit onderzoeken van de oprichting van een culturele investeringsmaatschappij. Dat zou de overheid moeten toelaten om de rechtstreekse projectmatige subsidiëring van de culturele industrie toe te spitsen op innovatie, artistieke creativiteit en diversiteit.” [Anciaux, 2004, p. 22]

2.3. Het IBK en de Vlaamse overheid

Het IBK speelt in op beslissing van Vlaams minister van cultuur Bert Anciaux door in samenwerking met de UAMS de mogelijkheden van een culturele investeringmaatschappij na te gaan voor één van haar doelgroepen die binnen de semi-publieke sfeer opereren: de Vlaamse promotiegalleries.

3. Methodologie

In de onderzoeksopdracht lag een dubbele uitdaging. Ten eerste moest ik op korte termijn de beeldende kunstensector leren kennen en meer specifiek de werking van de Vlaamse promotiegaleriën. Ten tweede en complexer moest ik uitzoeken wat een culturele investeringsmaatschappij is en hoe die in een Vlaamse context kan functioneren. Dat is geen geringe opdracht omdat de mensen die hierover iets te vertellen hebben op één hand te tellen zijn. Bijgevolg ben ik via internet op zoek gegaan naar organisaties die op internationaal niveau rond de culturele industrieën werken. Op nationaal niveau heb ik de werking van de Gewestelijke Investeringsmaatschappij Vlaanderen en Participatiemaatschappij Vlaanderen onder de loep genomen. Daardoor en dankzij de gesprekken met Ann Overbergh en Dorian van der Brempt heb ik mij min of meer een beeld kunnen vormen van een Vlaamse culturele investeringsmaatschappij.

Wat de galesector betreft wou ik om te beginnen na gaan wat er internationaal gebeurt om de sector te ondersteunen. Ik heb alle internationale galerieassociaties aangeschreven maar het blijkt dat enkel Oostenrijk en Nederland over enkele ondersteuningsmodellen voor gales beschikken. Vervolgens heb ik contact opgenomen met een aantal belangrijke galeehouders zoals Adriaan Raemdonck en Jo Coucke, die mij de problematiek omtrent het galeewezen in Vlaanderen uit de doeken hebben gedaan. Hun verhaal heb ik getoetst aan de getuigenissen van andere galeehouders en stilaan ben ik beginnen nadenken over de mogelijkheden voor ondersteuning en hoe die in het kader van een culturele investeringsmaatschappij ingepast kunnen worden.

Nadat ik mij hiervan een beeld had gevormd lag de grootste uitdaging er in om een helder beeld op papier te krijgen. Het leek me niet aangewezen om droogweg de noden van de sector op te sommen en daar een aantal ondersteuningsmodellen aan te plakken. Dankzij de theorieën van Pascal Gielen en Rudi Laermans enerzijds en die van M. Porter en McKinsey & co anderzijds ben ik er in geslaagd een kader op te stellen waarin op een heldere en allesomvattende manier de denkpijstes omtrent ondersteuning voor de Vlaamse promotiegaleriën ontwikkeld worden.

In de bijlagen kan in detail worden nagegaan welke bronnen er voor deze scriptie gebruikt zijn. Er is een uitgebreide literatuurlijst opgenomen, een lijst van de mensen die geïnterviewd zijn, een lijst van de gevolgde debatten en een contactlijst van nationale promotiegaleriën en internationale galerieassociaties.

Deel I

-

Onderzoekscontext: De Beeldende Kunstensector in Vlaanderen

Schets van de sectorale problemen – p.13

Doelstellingen voor de beeldende kunstensector: positionering – p.16

Middel om de doelstelling te bereiken: gericht investeringsbeleid: Publiek-private Samenwerking – p.18

Publiek-private Samenwerking operationeel maken: een culturele investeringsmaatschappij – p.27

Experimentele casus: de Vlaamse promotiegalerie – p.28

'In enkele kunstdisciplines is de grens tussen het gesubsidieerde en het commercieel geïnspireerde cultuuraanbod minder scherp. Hedendaagse beeldende kunst heeft niet zelden een belangrijke economische component, maar kent ook ondersteuningsmogelijkheden door de overheid.' [Anciaux, 2004, p.22]

1. Schets van de sectorale problemen

De beeldende kunstensector in Vlaanderen wordt bevolkt door een groot aantal actoren. Vlaanderen en Brussel tellen 2.368 kunstenaars, 258 galerieën, 32 musea, 122 curatoren en 155 kunstcritici. [Ruyters, 2005, p1] Verder zijn er een aantal kunstenaarsinitiatieven, beeldende kunstencentra, collecties, databanken, belangengroepen, kunsttijdschriften, collectioneers, veilinghuizen en stichtingen. Al die actoren zitten ingebed in netwerken waarvan zij de belangrijkste knooppunten uitmaken.

Het is handig om te weten hoe die netwerken functioneren. Pascal Gielen verklaart de werking ervan aan de hand van de theorie van Bourdieu en vult deze met eigen bevindingen aan:

De bewoners van het veld van de beeldende kunst in Vlaanderen hebben in dat veld een zekere positie door het verwerven van symbolisch en economisch kapitaal. Symbolische kapitaal omvat prestige, status, distinctie, erkenning enzovoort. Het bezit ervan veronderstelt in de eerste plaats een culturele achtergrond die opgebouwd moet worden. Symbolisch kapitaal kan geobjectiveerd worden in materiële dragers die op hun beurt als economisch kapitaal kunnen worden overgedragen. [Bourdieu, 1989, pp.125-132] Een galerie bijvoorbeeld die dankzij een professionele werking een aantal erkende kunstenaars in huis heeft beschikt over een aanzienlijk symbolisch kapitaal. Daardoor kan ze hogere prijzen vragen dan een galerie met minder erkenning.

In het veld van de beeldende kunst is de aanwezigheid van het economisch kapitaal een belangrijke factor. Eenvoudigweg kan men stellen dat het veld van de beeldende kunst, een veld met een cultureel geladen product, ingebed is in een economisch veld. Het verklaart grotendeels waarom het beeldende kunstenveld verschilt van de andere velden in de culturele sector en zoals zal blijken liggen hier de grootste problemen voor een gedegen overheidsbeleid.

De verschillende velden kunnen geen monolieten zijn, kapitaal moet tenslotte stromen. Zoals gezegd zijn de verschillende actoren van het beeldende kunstennetwerk knooppunten in een netwerk. Ze zijn met elkaar verbonden door juist de uitwisseling van dat kapitaal. De verbindingen tussen de knooppunten van het netwerk worden dan ook aangedreven door verschillende mechanismen die de uitwisseling van het kapitaal bevorderen, zoals daar zijn het fenomeen van de kunsthandel, deontologische debatten, tentoonstellingen enzovoort. [Gielen, 16 april 2005] Daarbij worden de culturele en economische grenzen constant overschreden. Een actor kan meer of minder in een bepaald veld opereren, in zijn eigen specialisme, maar komt onvermijdelijk in contact met het andere veld. Een galerie zit bijvoorbeeld op de rand van het culturele en

economische veld. Een museum in Vlaanderen distantieert zich dan weer van het economische veld, maar zal er wel beroep op doen voor de aankoop van kunstwerken.

De actoren van het veld van de beeldende kunst zijn dus met elkaar verbonden door een netwerk aan mechanismen die de uitwisseling van kapitaal stimuleren. In de Vlaamse beeldende kunstensector stuit de uitwisseling van dat kapitaal echter dikwijls op barrières. De interactie tussen de verschillende knooppunten laat namelijk nogal te wensen over. 'Er lopen heel wat spelers op het veld, maar samenspel is er nauwelijks.' [Daenen, 2004, p.1]

Daardoor kan de sector niet ten volle tot ontwikkeling komen, met als belangrijkste gevolg dat de Vlaamse beeldende kunstensector zich ondanks zijn rijke bezetting niet kan positioneren.

Dit is enerzijds te verklaren door een onaangepast overheidsbeleid, anderzijds door de individualistische opstelling van de sector.

1.1. Onaangepast overheidsbeleid

A. Onderfinanciering

De beeldende kunsten sector is al jaren ondergefinancierd. Dat heeft te maken met de jarenlange afwezigheid van een decretale regeling. Daardoor ontbrak het de sector aan een hefboom en bleven de hedendaagse beeldende kunsten het kleine broertje in de Vlaamse cultuurbegroting. Tijdens de huidige legislatuur kwam er door de algemene groei van het cultuurbudget met zo'n vijftig procent wel een inhaalbeweging, maar Rudi Laermans en Pascal Gielen wijzen er op in het 'mapping onderzoek' dat ze in opdracht van het IBK uitvoerden dat een forsere stijging van de middelen een noodzaak is. [Ruyters, 2004, p. 4]

Daarbij komt dat de communicatie tussen het veld en de overheid al jaren ondermaats is. De dialoog is weliswaar versterkt na het opstarten van het 'Steunpunt voor de beeldende kunst' (IBK) en de 'Verenigde organisatievormen beeldende kunst' (VOBK) naast de al langer bestaande kunstenaarswerking van het NICC, toch is dit slechts een begin in vergelijking met de andere sectoren.

B. Directe ondersteuning

Niet enkel de onderfinanciering van de sector en de communicatiestoornissen zijn een probleem. De overheid heeft ook jarenlang een té direct beleid ontwikkeld voor de beeldende kunsten. Dit wil zeggen dat ze via het klassieke systeem van subsidiëring de sector wil ondersteunen. 'Deels

gebeurt dat vanuit een streven om zoveel mogelijk burgers actief bij het kunstgebeuren te betrekken en de culturele diversiteit te garanderen. Een verhoogde participatie heeft echter enkel zin indien het kunstenaanbod voldoende kwaliteit bezit. En dat is vaak problematisch.' [Laermans, 2004, p.2] Een ondersteuningsbeleid via subsidies druist immers in tegen de eigenheid van de sector. Zoals eerder gesteld zit het veld verankerd in economische wetmatigheden. Er is voor een groot deel een marktdenken aanwezig in het beeldende kunstenlandschap en dat vraagt een doordacht en aangepast investeringsbeleid van de overheid.

C. Productiegerichte ondersteuning

Het ondersteuningsbeleid is bovendien op die manier ontwikkeld dat er vooral productiegericht ondersteund wordt. 'Er wordt gericht op afgewerkte en toonbare producten terwijl er evenveel nood is aan artistiek onderzoek, ontwikkeling van nieuwe presentatieformaten, reflectie en discussievorming.' [Van Steenkiste, 2004, p.12] Kunstenaars kunnen bijvoorbeeld verschillende beurzen krijgen voor de productie van hun werken maar voor de opvolging ervan is er geen concreet kader. De musea worden betaald zonder concrete doelstellingen in verband met onderzoek en debat.

De meeste professionele initiatieven in Vlaanderen werken dus als gevolg van het overheidsbeleid productgericht. 'De overheid moet haar beleid op dit punt herzien.' [Laermans, 2004, p.3]

1.2. Individualistische opstelling van de sector: Verkapte netwerken

De sector bestaat uit een bijzonder heterogeen gezelschap van actoren die zich in een lappendeken van subnetwerkjes organiseren. 'Er is amper communicatie tussen de verschillende netwerken. Dat verklaart ongetwijfeld mee de achterstandspositie van de actuele kunstensector in Vlaanderen.' [Raemdonck, 14 maart 2005] Onderling overleg is eerder zeldzaam, concrete vormen van samenwerking lijken uit den boze. Solo- of egopolitiek is de regel, men beschouwt naburige veldbewoners veeleer als concurrenten dan als potentiële partners. 'Zeker bij gesubsidieerde instellingen valt een teveel aan solopolitiek te laken en zou de subsidiërende cultuuroverheid die negatief dienen te sanctioneren. Door het heersende organisatie-egoïsme ontstaan er bijvoorbeeld nauwelijks regionale clusters en blijven buitenlandse contacten veelal persoonsgebonden.' [Laermans, 2004, p.3]

2. Doelstelling voor de beeldende kunstensector: Positionering

Als gevolg van het overheidsbeleid en de individualistische opstelling van de sector vertoont de beeldende kunstensector in Vlaanderen heel wat tekortkomingen en incoherenties, waardoor de kapitaalsuitwisseling vaak stagneert. Als gevolg van die onderontwikkeling bevindt het Vlaamse beeldende kunstennetwerk zich in de periferie van de internationale beeldende kunstewereld. De sector slaagt er - hoewel ze het potentieel heeft - niet in zich een profiel aan te meten waarmee ze zich verankert op de kaart van het internationaal beeldende kunstgebeuren. De vraag is bijgevolg in de eerste plaats wat het best mogelijke profiel voor de beeldende kunstensector inhoudt en ten tweede welke maatregelen de overheid moet nemen om een positionering naar dit profiel te bewerkstelligen.

2.1. Artistieke werkstad Vlaanderen

De beeldende kunstensector in Vlaanderen moet zich gaan positioneren. Vraag is welke rol Vlaanderen kan spelen in een internationaal netwerk van beeldende kunsten.

Bart de Baere, directeur van het Muhka beschrijft Vlaanderen als volgt:

'Vlaanderen is een merkwaardige regio. Superklein, heel rijk, met een ontzettend dicht weefsel van communicatievormen, culturele infrastructuur en bebouwing. Het is eigenlijk een grote, goed toegeruste randstad, waarin je heel gemakkelijk van het lokale naar het internationale kan overstappen.' [Daenen, 2004, p.3]

Pascal Gielen en Rudi Laermans sluiten bij dit beeld van 'Creatieve regio Vlaanderen' aan door in het 'mapping onderzoek' het idee van 'Artistieke werkstad Vlaanderen' te lanceren:

'Vlaanderen moet een centrum perifere positie ontwikkelen. Ze kan niet meedraaien met de grote internationale initiatieven zoals de biënnale van Venetië of de kunstbeurs in Bazel. Vlaanderen moet inspelen op actuele tendensen in het beeldende kunstgebeuren en als een soort transitzone een plek zijn voor reflectie en debat. Vlaanderen moet niet tot de artistieke wereldtop gaan behoren. Nodig is een inhoudelijk profiel dat het Vlaamse kunstgebeuren stimuleert en het tegelijk doet opschuiven in de richting van een centrumpositie binnen de artistieke periferie. Dit beeld sluit aan bij het idee van de transitstad. Een regio die als tijdelijke passage dient en een kort bezoek waard is. De artistieke reiziger moet er automatisch blijven hangen en hij dient haast organisch op interessante locaties terecht te komen.' [Gielen, Laermans, 2004, pp.191-202]

Met andere woorden kan Vlaanderen in artistiek opzicht een grotere aantrekkingskracht verkrijgen als transitzone, als tijdelijke verblijfplaats voor buitenlandse actoren uit de beeldende kunstwereld.

De positionering van de Vlaamse beeldende kunstensector kan echter niet succesvol zijn als de twee belangrijkste problemen waarmee de sector te maken heeft niet opgelost worden. Er is nood aan een sterkere vernetwerking en het nemen van ontwikkelingsgerichte initiatieven.

2.2. Voorwaarden: Sterke vernetwerking en ontwikkelingsgerichte initiatieven

Vernetwerking

Om de positie van Vlaanderen als 'artistieke werkstad' te bewerkstelligen is er uiteraard nood aan een stabiel perfect functionerend nationaal netwerk. Met andere woorden is de sterke vernetwerking in Vlaanderen tussen artiesten, musea en tentoonstellingsplatforms, critici en curatoren, collectioneurs en galerieën cruciaal. [Gielen, Laermans, 2004, p.48] Een gerichte ontwikkeling van het lokale netwerk heeft dan automatisch de aansluiting bij translokale netwerken tot gevolg.

Ontwikkelingsgerichte initiatieven

Een tweede cruciale voorwaarde voor de positionering van de beeldende kunstensector is dat de sector kan uitgaan van een ontwikkelingsgericht denken. Een creatieve regio zonder ontwikkelingsgerichte initiatieven stelt inhoudelijk immers niets voor. Met ander woorden is er nood aan een mentaliteitsverandering in de sector. [Metz, 2005, p.1]

De vraag die zich uiteraard opdringt is op welke manier een mentaliteitswijziging gestimuleerd kan worden. In hoofdstuk 1.1. werd gesteld dat er een onaangepast overheidsbeleid voor de sector gevolgd wordt. Nu blijkt dat hierdoor zowel het ontwikkelingsgericht als het alliantiegericht denken op barrières stoot. Hoe dat precies komt en welke oplossingen er voor handen zijn wordt in hoofdstuk 3 uitgelegd.

3. Middel om de doelstelling te bereiken: Gericht indirect overheidsbeleid - Publiek-private samenwerking

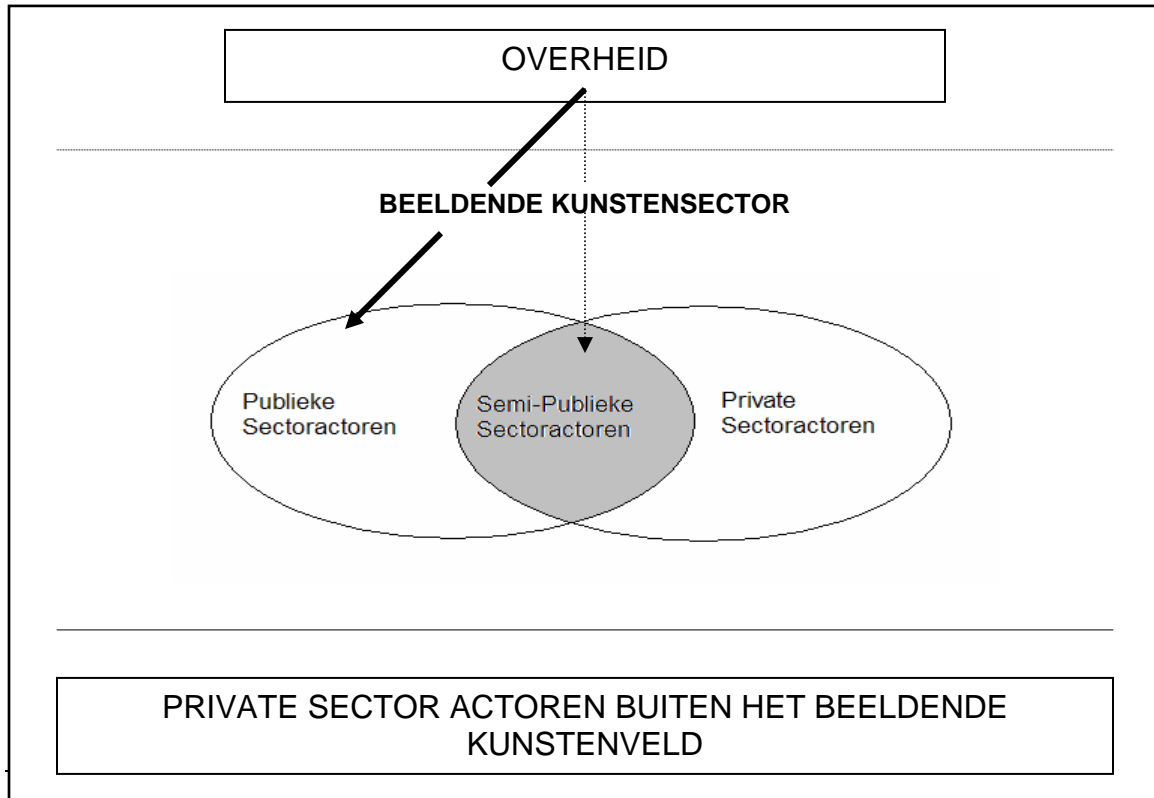
De beeldende kunstensector moet zich dus gaan positioneren als een creatieve regio waar plaats is voor internationaal debat. Het hoeft geen betoog dat de sector daarvoor een aantal stevige impulsen nodig heeft. Zoals blijkt uit bovenstaande kunnen die impulsen niet enkel via het klassieke subsidiesysteem komen. Er is nood aan een complementaire regeling als structurele aanvulling op het subsidiesysteem. Om na te gaan wat de best mogelijke aanvulling op het huidige overheidsbeleid voor de beeldende kunstensector is, is het belangrijk om de bijzondere positie van deze sector in de publiek-private context te begrijpen.

Cruciaal is dat de beeldende kunsten simultaan economische en culturele waarden belichamen. Dit plaatst hen in een uitzonderingspositie in het Vlaamse cultuurlandschap en vraagt een aangepast ondersteuningsbeleid. Het netwerk waaruit de sector bestaat heeft (zoals eerder gezegd in de inleiding van hoofdstuk 1) namelijk zowel private als publieke segmenten. Die spanning is algemeen bekend maar er wordt beleidsmatig weinig mee gedaan. De afbakening tussen deze twee segmenten is immers moeilijk te maken en de verhouding is vaak problematisch. Zo raken privé-collecties nauwelijks in de publieke ruimte en negeren gesubsidieerde instellingen nogal eens de inbreng van verzamelaars of commerciële galerieën. [Gielen, Peeters, 16 april 2005] Ook de meeste kunstenaars schipperen tussen de publieke en private ruimte. Een kunstwerk geproduceerd door een kunstenaar die werkingssubsidies ontvangt kan via een galerie of een veilinghuis aan een museum verkocht worden. De grenzen tussen het publieke en het private worden dus constant overschreden. 'Het beeldende kunstennetwerk kan dan ook moeilijk functioneren zonder de voortdurende translatiearbeid tussen artistieke en monetaire waarden.' [Gielen, Laermans, 2004, p.162] .

Het Vlaamse beeldende kunstenbeleid is sterk getekend door het gangbare onderscheid tussen privé en publiek. Zoals beschreven in hoofdstuk 1.1. hanteert de overheid een té direct ondersteuningsbeleid. Dit beleid is met andere woorden vooral gericht op de publieke sectoractoren. De belangrijkste zijn de musea voor hedendaagse kunst. De beeldende kunstensector kent echter heel wat actoren die in de private sfeer of in de semi-publieke sfeer werken. Actoren in de private sfeer zoals veilinghuizen en verzamelaars kunnen niet op overheidssteun rekenen. De groep van actoren die zich in de semi-publieke context bevinden is moeilijker af te bakenen. Zij vervullen rollen zowel in het publieke als in de private deel van de sector. Een kunstenaar bijvoorbeeld krijgt subsidies om de productie van zijn werken mogelijk te maken maar verkoopt die werken via de markt. Een galerie kan rekenen op gedeeltelijke subsidie om kunstenaars op internationale beurzen te promoten, ze organiseert debatten en

tentoonstellingen maar ze overleeft dankzij de wetten van de internationale kunsthandel. Actoren uit de semi-publieke sfeer kunnen slechts gedeeltelijk op overheidssteun rekenen. Bovendien zijn er dan nog een heel aantal actoren uit de private sfeer buiten het beeldende kunstenveld die voor een grote (gedeeltelijk financiële) inbreng kunnen zorgen maar amper bij het beeldende kunstenveld betrokken worden.

Voorgaande wordt gevisualiseerd in volgend schema:



1. Publiek-private scheiding van de beeldende kunstensector

Met andere woorden wordt slechts de helft van het veld ondersteuning geboden als gevolg van het directe overheidsbeleid. Namelijk die initiatieven die in de publieke sfeer vallen. Als gevolg van het directe overheidsbeleid is het dan ook niet verwonderlijk dat er geen ontwikkelingsgerichte werking kan ontstaan en dat het netwerk met communicatiestoornissen te maken heeft:

- Verkapte netwerken: Slechts de publieke projecten worden ondersteund en er zijn van overheidswege geen stimulansen om de banden tussen de actoren uit de publieke, private en semi-publieke sfeer met elkaar in verbinding te brengen. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de communicatie tussen de netwerken onderling stagneert.

- Productiegericht denken: Daarbij komt dat de ondersteunde actoren vanuit een productiegericht denken werken zonder dat ze innoverende impulsen krijgen van de niet ondersteunde actoren die aanleiding kunnen zijn tot een meer ontwikkelingsgerichte mentaliteit. Er bestaat dan ook geen kader voor. Een kader dat vanuit een overheidsbeleid gecreëerd kan worden.

3.1. Noodzaak van Publiek-private samenwerking

Samenvattend kan gesteld worden dat culturele producten of diensten die in het veld van de beeldende kunsten circuleren in een semi-publieke of private sfeer niet ten volle op overheidssteun kunnen rekenen. Daarbij moet opgemerkt worden dat culturele producten ook niet volledig aan de wetten van de markt kunnen worden overgelaten. 'De basismechanismen van de globale markteconomie alleen blijken niet in staat om een duurzame oplossing te bieden voor kwesties die raakvlakken hebben met culturele argumenten.' [Zienkowski, 2004, p.22] 'Als je de privé sector de kunsten laat overnemen dan krijg je een kunst die zal beantwoorden aan de gruwelijke wetten van vraag en aanbod, als je de overheid te veel macht geeft dan krijg je staatskunst.' [Van der Brempt, D., 2004a, p.4]

Een logische redenering is bijgevolg dat actoren uit de publieke en private sfeer gaan samenwerken. De private en publieke sector zijn zeer complementair en geschikt om elkaar in het oog te houden. Om dus succesvol op de uitzonderingspositie van de beeldende kunstensector in te spelen, moeten een aantal financieringsmogelijkheden worden onderzocht die complementair, naast het traditionele subsidiesysteem, ontwikkeld kunnen worden. Financieringsmogelijkheden die de samenwerking tussen het private en het publieke bevorderen. Financieringsmogelijkheden ook die tot doel hebben om nieuwe financieringsbronnen aan te boren. De meest evidente weg die een overheid hiertoe kan volgen is het aftasten van de mogelijkheden van de Publiek-private samenwerking.

3.2. Schets van de huidige situatie: barrières tussen de publieke en private spelers

In de huidige context zijn er een aantal barrières die de Publiek-private samenwerking voor het veld van de beeldende kunst in de weg staan. Na deze geschetst te hebben wordt dieper ingegaan op de mogelijkheden van allianties tussen de overheid en andere actoren.

A. *Overheid versus private spelers*

Zoals eerder gesteld hanteert de Vlaamse overheid een direct beleid voor de sector. Overheidstussenkomsten kunnen ook indirect zijn, zoals in de Verenigde Staten. Het geven van belastingvoordelen aan kunstkopers en foundations is dan een centraal overheidsinstrument om een kunstvriendelijke omgeving te creëren. [Neff, 16 april 2005] In dergelijk afstandelijke beleid neemt de overheid niet zelf artistiek geladen beslissingen. Ze ondersteunt de kunsten niet op een directe financiële manier, maar stimuleert privé-personen om dat zelf te doen. Daartoe neemt ze specifieke belastingmaatregelen, wat haar uiteraard geld kost. In die zin vloeit er wel degelijk geld van de overheid naar de kunsten. Alleen gééft de overheid dat geld niet, maar maakt ze geen aanspraak op de belastingsinkomens die ze in principe had kunnen verwerven. [Gielen, 16 april 2005] Net als de meeste andere West-Europese landen kent Vlaanderen dus een veel directer beeldende kunstenbeleid waarbij ze een dubieuze houding aanneemt tegenover sectorspelers in de private sfeer. Dit is vooral om juridische redenen. Overheidssteun aan privé-initiatieven wordt in een Europa waar het belang van vrije markt economie hoog wordt ingeschat al gauw afgestraft als concurrentievervalsing.

Het is ook belangrijk op te merken dat de overheid en het veld te maken met een wijzigende globale context. De artistieke markt is geïnternationaliseerd, en het is vaak nog moeilijk om het onderscheid te maken tussen institutionele (publieke, non-profit) en coöperatieve (private, profit) organisaties. [Klaic, 2005, p.45] Instanties stemmen zich op een wijzigende context af en dat staat in contrast met de directe, éézijdige aanpak van de Vlaamse overheid.

B. *Publieke sector actoren versus private sector actoren*

‘Ook verschillende (gesubsidieerde) sectorbewoners gaan nogal onhandig om met het privé-initiatief. Het gaat dan over de commerciële activiteiten van galeriehouders, de verborgen wereld van de privé-collecties, en de inzet van foundations.’ [Gielen, Laermans, 2004, p. 150]. Zoals Bourdieu het stelt is er een verdringing van de economie in het publiek veld van de beeldende kunstensector. Deze zien het belang van de samenwerking met de private sector niet steeds in.

C. Private actoren buiten de beeldende kunstensector versus de sector

Private actoren buiten beeldende kunstensector kunnen een belangrijke rol in een levendig en gediversifieerd beeldende kunstenvormen spelen. Er bestaan immers vormen van privé-initiatief die van publieke verantwoordelijkheidsgedragingen getuigen. Zo zijn er bijvoorbeeld verschillende bedrijven die in de vorm van sponsoring reeds allianties met de sector aangaan. Er zijn echter tal van andere mogelijkheden die moeten worden onderzocht.

Niet enkel de sector zelf maar ook de overheid kan rekening houden met private initiatieven buiten de sector die gericht zijn op de ontwikkeling van de beeldende kunst. 'De ernstige, niet door speculatiezucht of distinctiedrang gemotiveerde private initiatieven verdienen meer symbolische waardering van de kant van de Vlaamse cultuuroverheid.' [Ruyters, 2004, p.2]

3.3. Publiek-private samenwerking (PPS)

'Om publieke en private argumenten met elkaar te verzoenen is de wonderformule van de Publiek-private samenwerking (PPS) tot stand gekomen.' [Van der Brempt, 2004a, p.2] 'PPS is jammer genoeg nog niet uitgevonden in de sector.' [Daenen, 2003, p.5] De private sectoractoren worden bijvoorbeeld alleen gezien als een financieringsbron. 'Maar bijvoorbeeld de bedrijfswelt of een galerie als een partner zien, die ook kan meedenken over hoe de maatschappij er zou moeten uitzien, dat is niet nog niet aan de orde. Nochtans kunnen beide complementair zijn.' [De Baere, 16 april 2005]

De overheid kan zijn beleid hier op bepaalde punten herzien. In de VS ligt de financiering bij de private sector, in Nederland/Vlaanderen vormt de overheid de grootste financier van de kunsten. 'Vraag is of 'The best of both worlds' geen idealere situatie zou opleveren. De private sector staat immers meer open voor samenwerking dan vermoed wordt.' [Pijbes, p.69, 2005]

De opdracht voor de Vlaamse overheid luidt dan ook dat ze moet uitgaan van een doordacht investeringsbeleid, waarbij ze mogelijke samenwerkingsformules nader dient te onderzoeken vanuit een welomlijnde onderhandelingspositie, 'dus zonder de grenzen tussen privé en publiek in een *flou artistique* te laten oplossen. Hierdoor zouden alvast de vastgeroeste verhoudingen tussen privé en publiek in beweging komen.' [Gielen, Laermans, 2004, p. 88] Met andere woorden moet de Vlaamse overheid een PPS beleid ontwikkelen voor de beeldende kunstensector.

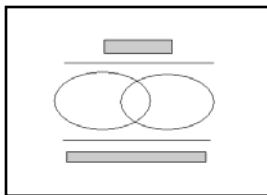
A. Definitie

'Publiek Private Samenwerking (PPS) is een samenwerkingsverband waarin de publieke en de private sector, met behoud van hun eigen identiteit en verantwoordelijkheid, gezamenlijk een project realiseren om meerwaarde te realiseren, en dit op basis van een heldere taak –en risicoverdeling.'

'PPS omvat de overdracht van risico's van de publieke naar de private sector en een beoordeling (en afrekening) van private partijen op basis van de geleverde prestaties. De overheid behoudt te allen tijde de regie over de publieke diensten, maar de verantwoordelijkheid voor de uitoefening wordt in handen gelegd van de marktpartijen.' [Vlaams kenniscentrum PPS, 2005]

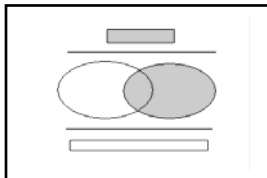
B. Partners: wie werkt met wie samen

Er zijn verschillende mogelijkheden van PPS in de beeldende kunstensector:



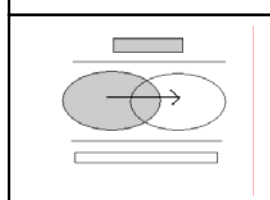
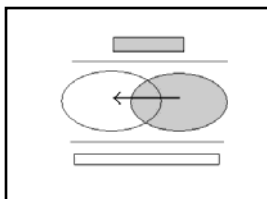
2. PPS: overheid-privé

- A. Ten eerste kan de Vlaamse overheid met de private sector buiten de beeldende kunst samenwerken om bepaalde sectoractoren in de beeldende kunsten te ondersteunen. Die actoren kunnen zowel in de publieke als in de private sfeer vallen. Bijvoorbeeld kan een overheid fiscale maatregelen voorzien voor bedrijven die in een museum willen investeren, of in bepaalde galeries werken willen aankopen.



3. PPS: overheid-privé sector

- B. In die context kan ook de samenwerking van de overheid met een private of semi-publieke speler binnen de beeldende kunstensector gezien worden. Bijvoorbeeld de samenwerking tussen de overheid en een galerie.



4. PPS: overheid facilitator

- C. Een derde mogelijkheid is dat de overheid als facilitator optreedt om de Publiek-private samenwerking te stimuleren binnen de sector. Bijvoorbeeld kan een verzamelaar op fiscale voordelen rekenen als hij zijn collectie ter beschikking stelt van een museum. Hier ondersteunt de overheid een private sectoractor en zo indirect een publieke sectoractor. Het omgekeerde is echter ook mogelijk wanneer een overheid bijvoorbeeld fondsen ter beschikking stelt van een museum om werken via bepaalde galeries aan te kopen.

C. Taakverdeling: wie heeft welke belangen

'Bij gemeenschappelijke financiering doemt gelijk de vraag op van gedeelde verantwoordelijkheid.' [Pijbes, p.69, 2005] Bij PPS houden beide partijen hun eigen doelstellingen. Het gezamenlijk uitvoeren leidt tot de gebruikmaking van zowel publieke als private expertise en impliceert een (ver)deling van risico's op basis van specifieke expertise:

- Private sector: PPS gaat uit van een grotere inbreng van de private sector voor wat betreft de planning en de uitvoering van traditioneel economisch gerichte taken.
- Publieke sector: De publieke sector/overheid heeft een regisserende rol en is outcome gericht (met eisen aan het projectresultaat). De overheid mag niet zomaar alle risico's doorschuiven naar de private partner.

[Vlaams Kenniscentrum PPS, 2005]

D. Meerwaarde: waarom wordt er samengewerkt

Kort gesteld engageren partners zich voor een PPS omwille van de bereidheid tot samenwerking van actoren en het bewustzijn van hun onderlinge afhankelijkheid. Dit wil zegen dat partners een alliantie aangaan omdat ze positieve verwachtingen hebben en de perceptie over elkaars uitgangspunten, doelen, belangen, mogelijke inbreng, competentie en betrouwbaarheid gelijklopend is. Ook de effecten van de samenwerking op het eigen imago/identiteit en het vermogen tot samenwerken vanuit de cultuur en structuur van de eigen organisatie speelt een rol. PPS wordt met andere woorden nagestreefd wanneer zij naar verwachting meerwaarde oplevert. [Bult-Spiering, 2003, p.2]

'De vraag is welk soort relatie de publieke sector met de privé wil en omgekeerd.' [De Baere, Art Brussels 2005]. Particuliere beleggers zijn enthousiast over de mogelijkheden. 'Het cultureel beleggen heeft een hoge aaibaarheidsfactor.' [Jongelen, 2005, p. 54] De publieke partner staat eerder huiverachtig tegenover private inmenging. Nochtans zijn er ook voor haar tal van voordelen bij samenwerking met private partners. Ook voor de overheid is er een grote meerwaarde indien ze zich in PPS projecten engageert.

Het bepalen van de meerwaarde die voor beide partijen aan een project vasthangt is cruciaal om mogelijke partners tot samenwerking te overhalen. Publiek en privaat gaan vaak op zoek naar

een bepaald soort kwaliteit die soms niet met elkaar in overeenstemming is. [Abbing, 2005, p.108].

Samengevat kan meerwaarde in vier groepen worden onderverdeeld:

- Meerwaarde voor de publieke partner: Bedrijfseconomische meerwaarde
- Meerwaarde voor de private partner: Subjectivity stream
- Meerwaarde voor de overheid: Maatschappelijke meerwaarde
- Algemeen: Operationele meerwaarde

➤ Publieke partner: Bedrijfseconomische meerwaarde

De publieke partner kan een beroep doen op de economische kennis en het netwerk van de private partners of op een financiële inbreng.

- Economische kennis: De ondermaatse professionele werking van de publieke actoren is een algemeen bekend verschijnsel. De professionele kennis van private actoren kan de professionalisering van het publieke segment vaak ondersteunen.
- Netwerk: Private actoren beschikken over een uitgebreid bedrijfseconomisch netwerk.
- Financiële inbreng: De private actor kan financiële middelen ter beschikking stellen om het kapitaal van de publieke partner te vergroten.

➤ Private partner: Subjectivity Stream

Ook de private partner kan bij de publieke op zoek gaan naar een meerwaarde. Het kan gaan om een financiële meerwaarde of een maatschappelijke meerwaarde.

- Financieel: De private partner verwacht een financiële return van zijn alliantie.
- Maatschappelijk: 'Investeerders krijgen het gevoel krijgen dat met hun inbreng iets mogelijk gemaakt wordt waarmee ze zich kunnen identificeren.' [Pijbes, 2005, p.69] In tijden van globalisering en vervlakking is het ontwikkelen van een identiteit voor een onderneming namelijk van kapitaal belang. Chris Decron formuleerde het tijdens een debat over PPS op Art Brussels als volgt: *'Public partners have the capacity to judge. We produce a 'subjective stream' that private actors can use to become recognizable.'* [Decron, 16 april 2005]

➤ Overheid: Maatschappelijke meerwaarde

Door samenwerking kan de overheid een bepaalde maatschappelijke behoefte invullen waarvan de kwaliteit ook door de privé als aantrekkelijk wordt bestempeld. De samenwerking tussen de overheid en de private actoren of de rol van de overheid als facilitator om de samenwerking tussen publieke en private actoren te stimuleren hebben de ondersteuning van de sector tot doel. Door die ondersteuning krijgt de sector een aantal impulsen waardoor ze zich kan ontwikkelen. Aan een rijk en divers beeldende kunstenlandschap zijn een aantal maatschappelijke voordelen verbonden die vooral voor de overheid maar ook voor de private partners aantrekkelijk zijn, namelijk het vrijwaren van culturele diversiteit, het verstevigen van de concurrentiepositie van een regio en de ontwikkeling van creatieve steden.

* Culturele verscheidenheid

Het vrijwaren van de culturele diversiteit is een heikel punt in de het Vlaamse cultuurbeleid. Subsidieregelingen op nationaal of regionaal vlak komen in het kader van de GATS echter onder druk omdat zij - vooral door de wereldmarktleiders - worden beschouwd als concurrentievervalsing. [Zienkowski, 2004, p.26] Tegelijk staat de bescherming van kleinere cultuurgemeenschappen en de culturele diversiteit centraal op internationale fora zoals UNESCO. Een ééngemaakt Europa en een globale ruimte hoeven niet gelijkgesteld te worden met een eenheidscultuur.

Ook Vlaanderen verdedigt het standpunt dat er resoluut moet gekozen worden voor het vrijwaren van culturele diversiteit. [De Brabander, Overbergh, 2005, p.12]. Cultuurproducten uit de semi-publieke of zelfs private sector dreigen meer dan ooit het slachtoffer te worden van toenemende globalisering en vrije markteconomie. Nochtans maken ze een belangrijk deel uit van het culturele patrimonium. Om de cultuur gezond te houden zal de overheid de wetten van de markt moeten overtreden en soms negeren. 'De politici moeten enige creativiteit ontwikkelen en nieuwe initiatieven nemen. De overheid moet corrigerend durven optreden om identiteit mee veilig te stellen.' [Klaic, 2005, p39] De creatie van een kader voor een constructief PPS beleid voor de culturele sector is dan ook een belangrijke maatregel om de culturele diversiteit te garanderen.

* Werkgelegenheid, economische groei, internationale handel, concurrentie tussen regio's, enz.

De economische impact van het vrijetijdsgebeuren in de brede zin van het woord groeit jaar na jaar. 'De cultuur –en entertainmentindustrie is geëvolueerd tot een belangrijke

economische activiteit en van wezenlijk belang voor de export.' [Van der Hertten, Jolling, 2005, p.1] 'Er gaan het voorbije decennium steeds meer stemmen op dat cultuur de enige bron van vernieuwing is die steden de komende vijftig tot honderd jaar zullen hebben.' [Metz, 2005, p.1]

De hedendaagse kunst kan bijgevolg een belangrijke rol spelen voor de werkgelegenheid, economische groei, internationale handel, concurrentie tussen regio's en is bovendien gerelateerd aan andere bedrijfstakken zoals het (cultureel) toerisme. [Van der Brempt, 2004b, p.1]

* Creatieve steden

De Vlaamse regering is op zoek naar een nieuw maatschappelijk project. Daar waar ze vroeger de kenniseconomie promootte, overweegt ze nu mee te stappen in de internationale hype van de 'creatieve economie'. Voormalig Vlaamse minister van economie Patricia Ceysens loopt dan ook hoog op met het ideeëngoed van Richard Florida. [De Corte, 2004, p.1] De essentie is in paar zinnen samen te vatten. Creativiteit is de motor van economische groei. Als steden willen floreren, moeten ze ervoor zorgen dat ze een publiek van creatieve, eigenzinnige en ondernemende mensen aantrekken, zowel ondernemers, inwoners als toeristen. De investeringen uit het bedrijfsleven volgen daarna vanzelf. 'Steden moeten worden getransformeerd tot laboratoria waar, onder toediening van veel cultuur nieuwe economische ontwikkelingen mogelijk worden.' [Metz, 2005, p.1] De interesse in de beeldende kunst is hierdoor de laatste jaren gestegen. 'Beeldende kunsten hebben een groot creatief potentieel en een zeker entertainmentgehalte.' [Gielen, Laemans, 2004, p.55]

➤ Algemeen: Operationele meerwaarde

Door het bundelen van de krachten worden investeringen die normaal door elke partner apart gebeuren, op elkaar afgestemd waardoor het rendement stijgt.

4. Publiek-private samenwerking operationeel maken: Een culturele investeringsmaatschappij

De vraag is of de culturele wereld klaar is voor Publiek-private samenwerking. De particuliere markt lijkt enthousiast, maar culturele instellingen zijn gewend aan overheidsgeld en sponsoring, niet aan bedrijfseconomisch denken. Voor hen is de cultuurshock nog groot. De private en de publieke wereld spreken elkaars taal nog niet. Maar: 'let's make unbankable things bankable'. 'Een onrijpe markt kan je rijp maken.' [Jongelen, 2005, p. 54]

De vraag is dan uiteraard hoe de verhoudingen tussen potentiële publieke en private partners uitgeklaard kunnen worden. Het antwoord lijkt te komen van de Vlaamse Minister van cultuur Bert Anciaux die in zijn beleidsnota 2004-2009 de oprichting van een Culturele Investeringsmaatschappij aankondigt:

'Tegelijk verscherpt het de vraag naar de rol van de cultuuroverheid als subsidieverstrekker en naar haar taak bij de ontwikkeling van het commerciële cultuuraanbod. Zij zal dan ook de opportuniteit en effectiviteit onderzoeken van de oprichting van een culturele investeringsmaatschappij.' [Anciaux, 2004, p. 22]

Dit rapport zal verder in het teken staan van de Culturele Investeringsmaatschappij en de verschillende mogelijkheden voor één actor uit de beeldende kunstensector waarvan het hybride karakter zich uitstekend leent tot een Publiek-privaat samenwerkingsbeleid: De Vlaamse promotiegalerie

5. Experimentele casus: de Vlaamse promotiegalerie

Uit voorgaande kan afgeleid worden dat de oprichting van een culturele investeringsmaatschappij mogelijkheden opent voor een PPS beleid voor de beeldende kunstensector. Het zou ons te verleiden om in dit rapport de mogelijkheden voor heel de sector na te gaan. Er wordt voor gekozen ondersteuningsmodellen te ontwikkelen voor de Vlaamse promotiegalleries omdat ze zich in een semi-public space bevinden enerzijds, en omdat ze een belangrijke intermediair zijn voor de sector anderzijds.

- Semi-public space: De galleries zijn private actoren in het veld van de beeldende kunst die heel wat publieke belangen dienen en die bovendien in verbinding staan met actoren uit zowel de publieke als de private sector. Het profit-karakter van de galleries noopt de overheid tot een eerder terughoudende benadering wat de ondersteuning betreft. Er wordt doorgaans de voorkeur gegeven aan het werken met randvoorwaarden boven vormen van rechtstreekse ondersteuning. Toch zijn er uitzonderlijk enkele rechtstreeks ondersteunende beleidsinstrumenten zoals de regeling voor kunstbeurzen. [Nieuwsbrief beeldende kunst, 2004, p.17].

- Intermediair: De galleries zijn belangrijke knooppunten in het netwerk van de beeldende kunstensector. Praktisch alle andere spelers moet voorbij de galerie passeren in het ontwikkelen van hun activiteiten.

Om bovenstaande te illustreren enkele getuigenissen uit de sector:

'Een galerie speelt een belangrijke rol in de creatie van culturele waarden. Ze is zowel discussiepartner als curator en gaat internationale relationships aan. Ze intermedieert tussen bezoeker, curatoren, musea en verzamelaars. Een galerie wordt belangrijk in het voeren van culturele debatten.' [Decron, 16 april 2005]

'De plaats van de galerie in het artistieke netwerk is ambivalent. Als intermediair tussen artefacten, kunstenaars, critici, verzamelaars, curatoren, kunstliefhebbers en publieke instellingen bevindt de galerie zich op een knooppunt van vele tegenstrijdige doelstellingen en belangen. De galeriehouders zijn in een voortdurend spel van aantrekken en afstoten.' Ze zitten op de naad die het private van het publieke domein scheidt. Op vernissages bijvoorbeeld is er meer aan de hand dan kunstwaren tegen de hoogst mogelijke prijzen aan de man brengen. Net als ernstige collectioneurs bepalen bonafide galleries mee het artistieke klimaat in een regio. Bovendien zorgen ze in de regel voor een actieve 'vernetwerking' van Vlaamse kunstenaars en kunstwerken in binnen- en buitenland.' [Gielen, 2003, p. 162]

'Het gaat om semi-publieke ruimtes die bijdragen tot de densiteit van het artistieke en culturele weefsel in onze regio. Er bestaan in Vlaanderen enkele, vooral jonge, galleries die een soortelijke werking als de gesubsidieerde CBK's ontwikkelen. Ze ondersteunen bijvoorbeeld artistieke producties, begeleiden tentoonstellingen, stimuleren een internationale vernetwerking, bouwen een archief op, organiseren debatten en verzorgen publicaties.' [Ruyters, 2005, p.4]

'Galleries spelen een belangrijke rol in het veld van de beeldende kunst. De tentoonstellings- en promotiemogelijkheden die het galeriewezen aan de kunstenaars biedt, vormen een essentieel alternatief voor het aanbod van de non-profit instellingen op dit vlak.' [Nieuwsbrief beeldende kunsten, 2005, p.17]

Niet enkel kunnen er voor de galeriesector dus enkele experimentele PPS modellen ontwikkeld worden, bovendien straalt het succes er van af op heel de sector.

Deel II

-

De Vlaamse culturele investeringsmaatschappij & De Vlaamse promotiegaleries

De Vlaamse culturele investeringsmaatschappij – p.31

De Vlaamse promotiegalerie – p.38

'Om te vermijden dat ik straks in Rome, New York of Bangkok nog enkel zal kunnen wandelen tussen Mc Donald, Coke en Benetton terwijl op mijn televisie David Beckham en Big Brother elkaars concurrenten zijn in mijn asceptisch gestandaardiseerde Holiday Inn kamer waar Harry Potter en de Bijbel op mijn nachtkastje liggen, om te vermijden dat mijn wereld zo saai wordt moet de CULTURELE INDUSTRIE gesteund worden. Protectionistische maatregelen ten voordele van de eigen cultuur is veel gezonder dan de gevaarlijke unisone wetten van de vrije mark al te letterlijk toe te passen op cultuur.' (Van der Brempt, 2004b, p.2)

1. Vlaamse Culturele Investeringsmaatschappij

1.1. Definitie

Een culturele investeringsmaatschappij is een onderneming waarin de overheid (als hoofdaandeelhouder – met dezelfde rechten en plichten als private aandeelhouders) en het bedrijfsleven samenwerken om kapitaal te verstrekken aan culturele projecten en instellingen. Het is een op winst gerichte onderneming waar kennis van geld en kennis van cultuur samenkomen. Op die manier moet het 'cultureel ondernemerschap' gestimuleerd worden vanuit de gedachte dat dit zal leiden tot meer dynamiek in de culturele sector en tot een rijker en breder cultuuraanbod.

- Uit deze definitie valt af te leiden dat de basis van de werking van een culturele investeringsmaatschappij verloopt volgens PPS model A zoals voorgesteld in Deel I, hoofdstuk 1.3. B. De inbreng en meerwaarde die voor beide partijen weggelegd is, komt overeen met deze zoals besproken in hoofdstukken 1.3. C en D. Aangezien men nog geen organisatiestructuur voor een Culturele Investeringsmaatschappij in Vlaanderen heeft ontworpen, is het moeilijk om hier specifiekere uitspraken over te doen.
- Een culturele investeringsmaatschappij beschikt over economische ondersteuningsmodellen. Op basis van een stevig dossier verstrekt de maatschappij bijvoorbeeld risicodragende leningen of participeert het in langlopende projecten en instellingen. Daarnaast wordt culturele ondernemers ondersteuning geboden bij het zoeken naar aanvullende financiers, begeleiding van het project en uitgebreide contacten in zowel de wereld van kunst en cultuur als daarbuiten.
- Een culturele investeringsmaatschappij ondersteunt de culturele industrie. Culturele industrieën zijn cultuurproducten die raakvlakken hebben met:
 - Cultuur - marktwerking
 - Origineel – kopie
 - Culturele diversiteit – Standaardisering[Jolling, Van der Hertten, 2005, p.4]

Over een precieze definitie is nog geen duidelijkheid. Er wordt hier later op teruggekomen.

- Een culturele investeringsmaatschappij is zich bewust van het sociale kader waarin het opereert. De financiële instrumenten zijn gefocused op sociale ondernemingen en de verwachte 'return on investment' is zowel van financiële als sociale aard.

1.2. Vlaamse doelstellingen voor de oprichting van een Culturele Investeringsmaatschappij

De overheid werkt nog aan een algemeen kader voor een culturele investeringsmaatschappij. Toch heeft ze in een visietekst al enkele strategische doelstellingen naar voor geschoven.

Met de oprichting van een culturele investeringsmaatschappij wil de Vlaamse overheid [Jolling, Van der Hert, 2005, p. 6]:

- Betekenis en gebruikswaarde creëren door kwaliteitsvolle culturele producten te ontwikkelen en te verspreiden, gemaakt door professionele producenten en mee gefinancierd door particuliere investeerders.
- Aan publieksmaximalisatie doen door die producten in de Vlaamse samenleving te integreren en voor iedereen toegankelijk te maken.
- Een investeringsklimaat ontwikkelen door het vertrouwen van investeerders te winnen.
- Aan horizontale en verticale bedrijfsintegratie doen.
- Het cultureel draagvlak vergroten.
- Het culturele ondernemerschap professionaliseren.
- De sociale impact van de culturele sector vergroten bijvoorbeeld op gebied van werkgelegenheid.
- Het internationale beleid stimuleren.
- Fiscale discriminatie van cultuurdragers ongedaan maken.
- Het belang van marketing, visibiliteit, distributie en productie benadrukken.
- Gunstige vestingmogelijkheden voor creatieve industrieën ontwikkelen.
- Een algemeen klimaat ontwikkelen.
- Investeringsklimaat in creatief talent stimuleren.
- Publiek-private samenwerkingsmodellen ontwikkelen.
- Een harmoniserend kader tot stand brengen.

1.3. Functies

Er is geen eenduidig algemeen geldend model voor een culturele investeringsmaatschappij. Afhankelijk van het cultuurbeleid van een land en de doelstellingen die een regering voorop stelt, creëert men een structuur. [culturalpolicies, 2005]

De Vlaamse strategische doelstellingen zoals hiervoor beschreven, zijn te algemeen om af te leiden welke specifiek kader de Vlaamse overheid voor de investeringsmaatschappij wil ontwikkelen. Een investeringsfonds waar financiële impulsen worden gegeven aan cultuurbedrijven gedacht vanuit een soort maatschappelijk investering, is helemaal iets anders dan een soort culturele GIMV. In het eerste geval is de maatschappelijke relevantie opportuun, in het tweede geval ligt de focus op de financiële kant van de zaak.

Bijgevolg is het onmogelijk een scherpe afbakening te maken van de functies die in de Vlaamse culturele investeringsmaatschappij zullen worden ondergebracht.

Hier wordt dan ook een voorstelling gemaakt van de instrumenten die een culturele investeringsmaatschappij KAN hebben. Ze worden in dalende volgorde van voorkomen weergegeven. Zo is het opvallende dat een cultureel investeringsfonds in het buitenland praktisch altijd met 'loan instruments' werkt maar zelden participeert in culturele ondernemingen (in tegenstelling tot een nationale investeringsmaatschappij zoals de Vlaamse gewestelijke investeringsmaatschappij - GIMV). Dit heeft ongetwijfeld te maken met de onzekerheid over de financiële return. 'Loan instruments' hebben het meeste potentieel om de culturele sector te ondersteunen. [Banking on culture, 2005] Dit in combinatie met fondswerving.

De functiebeschrijving is opgesteld na onderzoek van verschillende binnen –en buitenlandse voorbeelden:

INSPIRATIEBRONNEN

GIMV (Gewestelijke investeringsmaatschappij Vlaanderen): www.gimv.be

PMV (Participatie maatschappij Vlaanderen): www.pmvlaanderen.be

Gemeinschaftsbank: www.gemeinschaftsbank.de

Banking on culture: www.bankingonculture.com

PAKC (Participatiemaatschappij voor Kunst en Cultuur Nederland - opgeheven): Telefonisch interview Marieke van Schijndel - Mondriaanstichting, 5 april 2005

SODEC (Société de Développement des Entreprises Culturelles): www.sodec.gouv.qc.ca

IFCIC (Institut pour le financement du Cinéma et des Industries Culturelles): www.ifcic.fr

ICIC (Institut Català de les indústries culturals): cultura.gencat.net/icic

FICC (Fonds d'Investissement de la culture et des communications): www.ficc.qc.ca

Cultuurbeleid in Europese staten: www.culturalpolicies.net

VAN ACKER, K., *Ondernemingsrecht*, Universiteit Gent, Gent, 2004, 200 p.

LOAN INSTRUMENTS

Een investeringsmaatschappij is geen bank. Ze verleent weliswaar krediet maar financiert deze niet via het publiek aangetrokken deposito's. Toch vervult een investeringsmaatschappij enkele bankfuncties [Van Acker, 2004]:

- Kredieten: Krediet betekent dat een derde – kredietgever - koopkracht ter beschikking stelt van de schuldenaar -kredietnemer. Essentiële verbintenissen zijn de terugbetalingsplicht, en de plicht rente te betalen. Krediet betreft niet steeds een som geld. De bank kan ook haar eigen kredietwaardigheid ter beschikking stellen.
 - De meeste gekende vorm van krediet is de lening op afbetaling. Hier wordt het geld van bij aanvang ter beschikking gesteld van de kredietnemer; dit bedrag zal worden afbetaald in termijnen. Elke termijn bevat kapitaal, intresten en kosten. De terugbetalingen kunnen constant zijn, of degressief.
 - De straight loan: Een kasvoorschot dat wordt toegekend voor een bepaald bedrag en een bepaalde duur. De terugbetaling gebeurt in één maal op de vervaldag.
 - Renteloze lening: Een lening waarbij de plicht om rente te betalen vervalt.
 - Het investeringskrediet: Een krediet ter beschikking gesteld van ondernemingen om investeringen op lange termijn in het kader van de opstart of de verdere groei te realiseren. Er kan worden opgenomen naarmate de investering gerealiseerd wordt en terugbetaald volgens een overeengekomen terugbetalingplan.
 - Achtergestelde lening: Een lening zonder enige waarborg, die in geval van liquidatie slechts kan worden terugbetaald nadat aan de schuldvorderingen van alle andere schuldeisers is voldaan.
 - Overbruggingskrediet: Een lening toegestaan tot de verwachte financiële middelen ter beschikking zijn.

- Waarborgregeling voor investeringskredieten: Een borgstelling. Een derde partij stelt zich borg om een lening terug te betalen indien de ontlener dit niet doet.
- Fiscale voordelen: Dit zijn overheidsbeslissingen maar kunnen door een investeringsmaatschappij gereguleerd en gecommuniceerd worden.
- Factoring: Een overeenkomst waarbij een persoon zich ertoe verbindt aan een 'factor' kortlopende schuldvorderingen op zijn debiteuren over te dragen, en waarbij de 'factor' zich ertoe verbindt aan de handelaar het geheel of een deel te betalen van de facturen waarvan hij de overdracht aanvaard heeft.

FONDSWERVING

- Subsidies en Fondsen
 - Subsidies: Het komt vaak voor dat een culturele investeringsmaatschappij ook met een subsidiesysteem werkt. Het is immers onmogelijk om alle cultuurproducten in zijn horizontale en verticale aspecten van financiële impulsen te voorzien en daarvoor financieringspartners aan te trekken. Bovendien is er ook vaak een verstrengeling tussen de profit en de non-profitsector. In Vlaanderen worden ondernemingen in de profit sector reeds door de overheid gesubsidieerd 'waar dit omwille van het algemeen belang opportuun wordt geacht' [Anciaux, 2004, p. 22] Het lijkt nochtans onwaarschijnlijk dat een deel van het subsidiesysteem in de culturele investeringsmaatschappij zal worden ondergebracht. [Van der Brempt, 24 maart 2005, Van der Hertem, 29 maart 2005] Daarom kan de oprichting van fondsen worden overwogen.
 - Fondsen: Een fonds kan opgericht worden binnen een culturele investeringsmaatschappij om te investeren in bepaalde projecten. Meestal worden er partners gezocht om in het fonds te investeren. De verwachte return zal in de meeste gevallen van sociale aard zijn, zodat de alliantiepartners het enige onderscheid met het subsidiesysteem uitmaken.
- Vastgoed
 - Aankoop van vastgoed ter beschikking gesteld aan de aanvrager zonder return.

- Onroerende leasing Een overeenkomst waarbij een gespecialiseerde financieringsonderneming ('lessor') zich ertoe verbindt een onroerend goed aan te kopen en/of te laten bouwen, met het oog op de verhuring ervan aan een huurder ('lessee') die het zal gebruiken voor zijn beroepsactiviteit.

BEMIDDELAAR

- Facilitator: In sommige gevallen hebben private kapitaalverschaffers drempelvrees om een bepaald project te financieren, omdat zij het project te risicovol achten. Een investeringsmaatschappij kan dan een faciliterende rol vervullen. Daarmee neemt ze drempels weg en maakt het zowel voor risicokapitaalverschaffers als voor ondernemingen in de culturele sector gemakkelijker om veelbelovende allianties aan te gaan en ondernemingsprojecten die anders moeilijk gefinancierd zouden raken succesvol aan te vatten.
- Bedrijfeconomisch agentschap en KMO beleid: Consulting & coaching om het ondernemerschap te stimuleren. Er is nood aan de ontwikkeling van kwaliteitsstandaarden voor bedrijfsvoering (bedrijfsplan, financiële administratie, openingstijden). Via een investeringsmaatschappij kunnen Vlaamse overheidsinitiatieven ter bevordering van KMO-financiering (gedeeltelijk) beheerd of naar de sector toe gecommuniceerd worden.

VERSCHAFFEN VAN RISICOKAPITAAL: PARTICIPATIE

- Samenwerking met durfkapitaalfondsen
 - Equity: De investering van aandelenkapitaal.
 - Mezannine: Een vorm van achtergestelde schuldfinanciering die wordt gebruikt bovenop het kapitaal verstrekt door private equity-investeerders en bankfinanciering. Dit is een combinatie van equity en lening.
 - Venture: Kapitaalfinanciering van jonge snelgroeende bedrijven .

➤ Investeren/participeren

- Start-up-financiering: Kapitaal ter beschikking stellen met de bedoeling een meerwaarde te creëren. De crediteurs spelen een actieve rol in het management van die ondernemingen, en stellen een aantal diensten, contacten en knowhow ter beschikking. Ze nemen een minderheidsparticipatie in het eigen vermogen van een onderneming door aandelen te kopen of in te tekenen op een converteerbare obligatielening of achtergestelde lening.
- Groeikapitaal: Kapitaal dat wordt verstrekt voor de expansie van een onderneming. Deze middelen kunnen dus worden aangewend om de productiecapaciteit te verhogen, voor verdere productontwikkeling, voor marketing of om het werkkapitaal aan te vullen. Groeikapitaal kan de groei van de onderneming ondersteunen, onafhankelijk van het stadium van de levenscyclus waarin ze zich bevindt.
- Bij management buy in (MBI) /management buy out (MBO) ontstaat een nieuwe aandeelhoudersstructuur waarbij de investeringsmaatschappij zelf - eventueel samen met andere private equity-spelers – de meerderheid van de onderneming kan verwerven. De financiering van een MBO/MBI is vooral bedoeld voor middelgrote ondernemingen met een sterke marktpositie en/of groeimogelijkheden en een stevig management.
MBI: Verstrekken van kapitaal met het oog om een bestaande onderneming te laten overnemen door een extern management samen met de externe financier.
MBO: Financieringsvorm die het bestaande management van een bedrijf samen met de externe financier moet toelaten om het bedrijf over te nemen.

- Participatieve PPS: Een participatieve PPS is een samenwerkingsverband onder de vorm van een aandelenvennootschap met zowel private als publieke partners. Dit kan bijvoorbeeld onder de vorm van een aandelenvennootschap met zowel private als publieke partners, een holding- en investeringsvennootschap met private nationale en internationale partners om een concurrentiepositie te vrijwaren of door de oprichting van een NV met publiek recht om een actieve participatierol te spelen in een project.

1.4. Return on investment

Een culturele investeringsmaatschappij doet 'culturele investeringen' en kan zich bijgevolg niet blindstaren op een grote financiële return. Er zal een redelijk evenwicht nagestreefd moeten worden tussen financieel en maatschappelijk rendement. [Dorian van der Brempt, 24 maart 2005] Wat men onder culturele dividenden moet verstaan is nog niet duidelijk. De specifieke doelstellingen moeten daarvoor nog worden opgesteld. Voorlopig wordt van een ruim kader uitgegaan zoals beschreven in deel I, hoofdstuk 3.3. C, over mogelijke meerwaarde bij Publiek-private samenwerking.

2. De Vlaamse promotiegaleries

Er is voor geopteerd de galeries - als intermediair van de beeldende kunstensector - als experimenteel voorbeeld te nemen om de mogelijkheden van een culturele investeringsmaatschappij voor de beeldende kunstensector na te gaan. Vooreerst wordt een heldere definitie geformuleerd van de Vlaamse promotiegalerie om die vervolgens in te passen in een ruimer kader van culturele industriebedrijven. Tenslotte worden de noden van de sector op een rijtje gezet om daaruit de doelstellingen af te leiden waaraan bij ondersteuning moet worden voldaan.

2.1. Definitie en taken Vlaamse promotiegalerie

Het galerieberoep is in Vlaanderen voor iedereen toegankelijk. Iedere kunstliefhebber kan een galerie opstarten met als gevolg dat er een groot aantal verkapte vormen van kunsthandel bestaan. Het is vanzelfsprekend dat enkel die instellingen ondersteund dienen te worden die kunnen bijdragen aan de nationale en internationale uitstraling van de Vlaamse beeldende kunsten. Enkel de Vlaamse promotiegaleries van hedendaagse kunst met een internationale werking komen hiervoor in aanmerking. De kenmerken en taken van een internationale promotiegalerie worden aan de hand van getuigenissen van belangrijke veldactoren gedefinieerd.

Frank Demaegd (Galerie Zeno X)

'Elke ruimte waar men kunst verkoopt noemt zich galerie. Het moet duidelijk zijn dat er een beduidend verschil bestaat tussen galerie en kunsthandel. Een kunsthandel koopt en verkoopt kunst zonder met de kunstenaar iets te maken te hebben, omdat die bijvoorbeeld dood is. Een galerie werkt met levende kunstenaars en hun werk op basis van een commissieloon. De galerie bepaalt wie hij wel en niet tentoonstelt. De keuzes die de galerie maakt bepaalt het gezicht van

de galerie Dit is het creatieve aspect. Belangrijk is het evenwicht tussen het beleidsaspect (informatie, verkopen, tonen, buitenland) en het creatieve aspect. Het beleidsaspect houdt het tentoonstellen, het verdedigen, het documenteren en het informeren in. Het zijn facetten die allen tot de taak van de galeriehouder behoren. Al deze facetten kosten geld en bepalen samen met de infrastructuur en het personeel de "overheadkosten" van de galerie. Om deze te dekken en omdat de kunstenaar moet overleven moet er kunst worden verkocht. Elke galeriehouder zal een bepaalde aandacht schenken aan deze facetten. Deze aandacht maakt het verschil uit tussen top en derderangs.' [Frank Demaegd, november 2003]

Jo Coucke (Deweer galerie)

'Een galerie gaat een relatie aan met de kunstenaar ter promotie van diens kunst; dat zijn per definitie levende kunstenaars, zodat de staat van leven van de getoonde kunstenaars zich opdringt als een praktisch onderscheidingscriterium: de andere kunnen we tot de kunsthandel rekenen.

Een galerie werkt actief samen met bedrijven en andere galeries om de verdeling van de werken van haar kunstenaars te optimaliseren. Daarbij worden werken verkocht of in consignatie gegeven.' [Jo Coucke, 2005]

Pascal Gielen (Cultuursocioloog)

' Een galeriehouder moet in de eerste plaats onafhankelijk zijn. Hij of zij mag haar programma of 'stal' niet door anderen, zoals kunstenaars, collectioneurs, curatoren of museumdirecteuren laten bepalen. Verder neemt de 'goede' galeriehouder geregeld risico's door minder verkoopbare kunst te exposeren. Het tonen van jong, aankomend talent confirmeert deze ethische code. Ten slotte zorgt de kunstprofessional tevens voor een juiste 'plaatsing' van kunstwerk y in zowel private als publieke collecties. Het artistieke artefact wordt niet zomaar aan eender wie verkocht. Daarmee onderscheidt deze kunsthandelaar zich ook van veilinghuizen waar kunstwerk y als het ware 'blind' voor het hoogste bod wordt verhandeld.

Promotiegalerieën dienen zich aan een impliciete deontologische code te houden. Die wordt sociaal bewaakt en gesanctioneerd. Een promotiegaleriehouder die de informele spelregels met de voeten treedt, heet in de ogen van collega's, kunstenaars en ernstige collectioneurs al snel 'een commerçant'. [Gielen, 2003, p. 163]

B.U.P. (Beroepsvereniging van Belgische Galerierhouders)

B.U.P. maakt een onderscheid tussen verschillende soorten galleries:

- *'Ten eerste de ingehuurde galerie. Deze organiseert tentoonstellingen die in de lijn liggen van de aard van de galerie maar geen structurele galeriewerking uitbouwt.*

- *Ten tweede de promotiegalerie. Deze verzorgt de promotie van de kunstenaar door middel van allerlei activiteiten zoals: vertegenwoordiging op binnen –en buitenlandse beurzen, publicaties, dossiers, voorstelling aan aankoopcommissies, tentoonstellingen, lezingen. Ofwel koopt de galerie een werk aan en neemt later een zekere winst op de verkoop, ofwel neemt zij een percentage op de onmiddellijke verkoop, of een combinatie van beide.*

- *Ten derde is er de handelaar. Deze volgt eerder een bepaald genre, trend of stijlperiode of een andere beweging uit het kunstgebeuren. De handelaar koopt en verkoopt werken die hij zorgvuldig heeft geselecteerd en verzekert de authenticiteit ervan. Hij realiseert zijn winst met de verkoop van werken die hij eerder heeft aangekocht.'* [Archief Adriaan Raemdoenk, 2005]]

Vlaamse Overheid

'Onder een galerie verstaan wij een professionele, voor het publiek toegankelijke ruimte waar op regelmatige basis (wisselende) tentoonstellingen plaatsvinden met het doel een werk van levende beeldende kunstenaars te verkopen.' [Nieuwsbrief beeldende kunst, p 17]

Boekmanstudies (Studiecentrum voor kunst, cultuur en beleid)

'Galleries, als schakel tussen kunstenaars en publiek, vervullen als het goed is een centrale functie in de markt voor beeldende kunst. Kort gesteld worden tentoonstellingsprogramma's van galleries óf door artistieke innovatie óf door brede toegankelijkheid gekenmerkt, circuits die in de kunstwereld min of meer parallel lopen met hoge status dan wel met commercieel succes.' [Boekmanstudies, 2001, p.7]

Rudy Laermans (cultuursocioloog)

'Galleries dragen bij tot de densiteit van het artistieke en culturele weefsel in een regio. Ze ondersteunen artistieke producties, begeleiden tentoonstellingen, stimuleren een internationale vernetwerking, bouwen een archief op, organiseren debatten en verzorgen publicaties.' [Daenen, 2004, p.3]

Annette de Keyser (galerie Annette de Keyser)

'Het is zeer belangrijk dat een galerie haar doelstelling niet uit het oog verliest, namelijk jonge, meestal nog onbekende kunstenaars ondersteunen en aan een ruim publiek voorstellen. Ze moet interessante kunst oppikken en in de wereld neerzetten. Een galerie maakt daardoor de markt voor de toekomst. Ze moet een duidelijke keuze maken in het profiel dat ze zich daarbij aanmeet, en ze mag daarvan niet afwijken om financiële of andere redenen.' [Anette de Keyser, 2005]

Samenvattende definitie

Een Vlaamse promotiegalerie is een op winst gerichte onderneming die een engagement aangaat met levende kunstenaars ter promotie van diens kunst. Daartoe vertegenwoordigt ze hen op binnen –en buitenlandse beurzen, geeft ze publicaties uit, stelt dossiers op, benadert aankoopcommissies, organiseert tentoonstellingen en lezingen. De galerie vervult hierdoor een centrale functie in de internationale markt voor beeldende kunst. Ze verkoopt kunstwerken maar houdt rekening met de deontologische code van de sector en zorgt voor de juiste plaatsing van een werk. Verder draagt de promotiegalerie bij tot de densiteit van het artistieke en culturele weefsel in een regio. Ze treedt daarbij op als intermediair in het veld van de beeldende kunst en ondersteunt artistieke producties, tentoonstellingen, internationale vernetwerking, debatten en publicaties.

2.2. De promotiegalerie als cultureel industriebedrijf

De Vlaamse regering heeft als doel met een investeringsmaatschappij de Vlaamse culturele industriebedrijven te ondersteunen. Op zowel nationaal als internationaal niveau is er echter nogal wat discussie over wat culturele industrieën nu precies zijn. Voor sommigen zijn enkel de filmsector en de sector van de multimedia culturele industrieën. Anderen vinden dan weer dat elk cultuurproduct dat niet op subsidie kan rekenen als een culturele industrie gezien kan worden. Ook in Vlaanderen is er nog onzekerheid over de invulling van het begrip.

De Vlaamse regering heeft in de visietekst reeds een aantal criteria geformuleerd voor wat men als culturele industrie zou kunnen aanvaarden. Het ziet er naar uit dat de beeldende kunsten aan die criteria voldoen. Toch is een goede argumentatie ter verdediging van de Vlaamse galleries als culturele industriebedrijven en de beeldende kunsten als culturele industrie op zijn plaats. Het debat is immers nog in volle gang, en er zijn nog geen vast omliggende definities die de plaats van de beeldende kunsten binnen de culturele industrieën in Vlaanderen verzekeren.

Aan de hand van bovenstaande bevindingen kan aangetoond worden dat het product van de promotiegalerie - namelijk de beeldende kunst - tot de culturele industrie gerekend kan worden, en ook dat de promotiegalerie als cultureel industriebedrijf gedefinieerd kan worden.

A. Product: De plaats van beeldende kunsten binnen de culturele industrieën

De afbakening en definiëring van de culturele industrieën is erg omstrede. De internationale gemeenschap heeft nog geen overeenstemming gevonden voor een definitieve omschrijving ervan. Velen betwijfelen zelfs of een dergelijke omschrijving nodig is, gezien het uiterst hybride karakter van het thema. Dit heeft als gevolg dat de doelstellingen die landen voorop stellen om de culturele industrieën te ondersteunen nogal uiteenlopend zijn. Bovendien is het vaak onduidelijk in welke mate de ondersteuning als een taak van de overheid, dan wel van de private sector gezien wordt.

De plaats van de beeldende kunsten binnen de Vlaamse culturele industrieën is nog onzeker, juist omdat de afbakening van het begrip nog zo vaag is. Het is dan ook van belang om een argumentatie op te bouwen ter verdediging van de beeldende kunsten als culturele industrie.

➤ Afbakeningscriteria

De beeldende kunsten worden binnen het Europese debat soms uitgesloten van de verzameling cultuurproducten die als 'culturele industrie' worden gedefinieerd. De voorkeur wordt vaak gegeven aan een definitie die operationeel gemaakt kan worden. Het gehanteerde criterium is dan dat van de reproductie. [De Brabander, Overbergh, 2005, p.7] Deze benadering kan maar in zeer beperkte mate gelden voor de beeldende kunsten. De grens tussen productie en massa/reproductie is namelijk niet zo eenvoudig te trekken.

Unesco echter gebruikt de term 'culturele industrie' om te duiden op industrieën die de creatie, productie en commercialisatie van ontastbare en culturele contents combineren. Deze contents zijn beschermd door copyright en kunnen de vorm aannemen van goederen en diensten. [Unesco, 2005]

Deze meer inhoudelijke benadering, gebaseerd op criteria als 'content' en gebruikswaarde, geeft de beeldende kunsten meer krediet om als cultuurindustrie beschouwd te worden

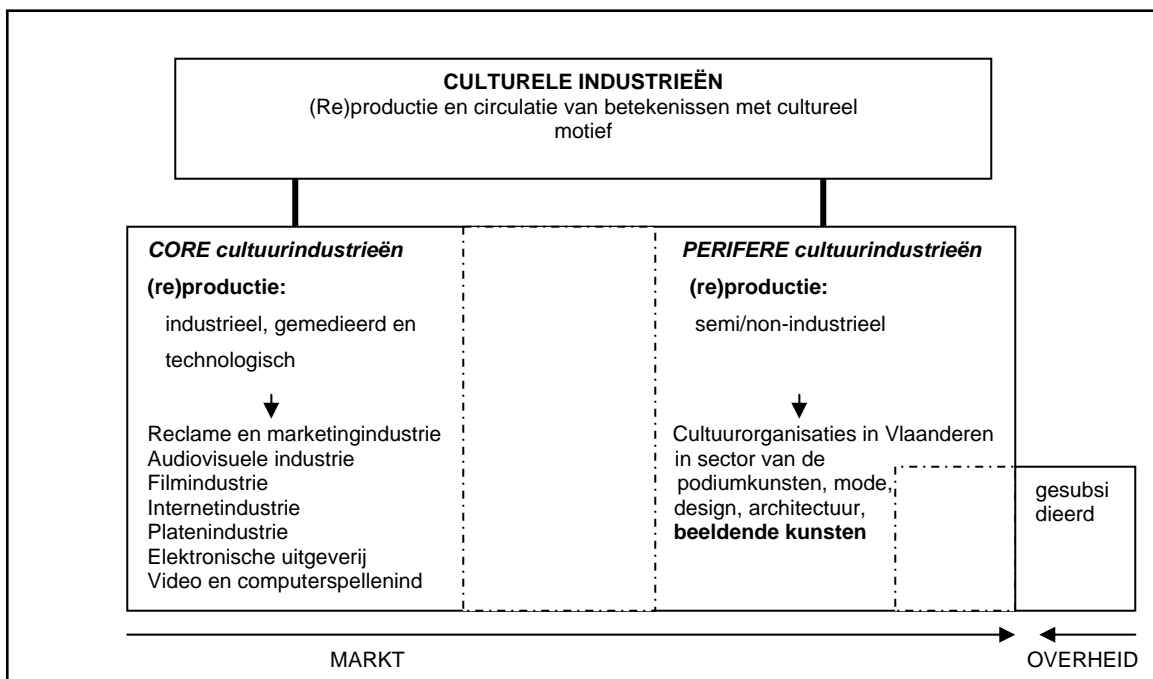
Het lijkt er op dat men in Vlaanderen zal aansluiten bij de Unesco-definitie voor de invulling van het begrip 'culturele industrie'. De administratie cultuur beschrijft immers in de visietekst, opgesteld als aanloop naar een beleid voor de culturele industrieën als volgt: *'In een tijdperk waarin quasi alle voorwerpen drager zijn van zowel betekenis als functionaliteit ligt bij de*

producten van de culturele industrie de nadruk voornamelijk op de productie en verspreiding van betekenis. Binnen de culturele industrie ligt de nadruk immers sterk op de betekeniswaarde van het product en minder op de vorm waarin het geproduceerd wordt.' [Van der Hertén, Jolling, 2005, p. 3]

Gezien de Vlaamse cultuur van subsidiëren wordt ook het winstaspect als onderscheidingscriterium naar voor geschoven. In zijn beleidsnota voor de huidige legislatuur schrijft minister Anciaux hierover: *'De creatieve industrie vertrekt van het particuliere belang en is gericht op het realiseren van financiële meerwaarde ten gunste van privé-personen of aandeelhouders. Het gaat voornamelijk om privé-personen met het statuut van zelfstandige of commerciële vennootschap.'* [Anciaux, 2004, p. 22]

➤ Core cultural industry en periferie culturele industrie

In de visietekst wordt een onderscheid gemaakt tussen 'core cultural industry' en 'perifere culturele industrie'. [Van der Hertén, Jolling, 2005, p.9] De beeldende kunst zou onder de laatste noemer vallen. Als onderscheidingscriteria wordt voornamelijk de graad van industrialisatie en dus reproduceerbaarheid gehanteerd. De kern-creatieve industrieën doen dan aan industriële reproductie, terwijl de perifere subsectoren op semi- of niet-industriële basis reproduceren. [Van Der Hertén & Jolling, 2004, p. 8] Deze opdeling is geen basis voor uitsluiting van de ene of de andere groep. De twee groepen dienen als evenwaardig beschouwd te worden. In onderstaand schema wordt de opdeling verduidelijkt.



5. Katia Segers en Ellen Huijgh, Re-Creatief Vlaanderen en VUB [Van der Hertén, Jolling, 2005, p.9]

Uit het schema blijkt dat de industrieën uit de tweede groep vaak op de grens van markt en overheid zitten. Het zijn die producten die raakvlakken hebben met semi-publieke argumenten. 'Die verstremgeling is voor de overheid geen argument voor uitsluiting uit een investeringsmaatschappij.' [Anciaux, 2004, p.21]

B. Onderneming: de definiëring van de promotiegalerie als cultureel industriebedrijf

Uit de getuigenissen uit hoofdstuk 2.1. kan geconcludeerd worden dat een promotiegalerie niets minder is dan een onderneming is die aan marktmechanismen onderhevig is. De Vlaamse regering heeft een aantal criteria opgesteld om ondernemingen in de culturele industrie te typeren en dat de promotiegalerie hieronder valt blijkt dan ook uit de afgeleide definitie. In onderstaand schema wordt een aftoetsing gemaakt van de definitie en kenmerken van de Vlaamse promotiegalerie aan de criteria die de Vlaamse regering voor culturele industriebedrijven opstelde. Door de vergelijking te maken wordt duidelijk waarom een promotiegalerie een cultureel industriebedrijf is.

<u>Een onderneming binnen de culturele industrie:</u> [Jolling, Van der Hertten, Jolling, 2004, p.5]	<u>Een promotiegalerie voldoet aan volgende criteria:</u> [Frank Demaegd, Pascal Gielen, Jo Coucke, BUP, Boekmanstichting, Rudy Laermans, Annette de Keyser]
<p>Is een bedrijf dat <u>goederen en diensten</u> voor de <u>markt</u> produceert en waarbij het maken van <u>winst</u> een centraal gegeven is; deze winst wordt uitgekeerd aan <u>aandeelhouders</u>.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Cultural goods</u>: refereert naar de goederen die dragers zijn van ideeën, symbolen of levensstijlen. Ze informeren of entertainen, dragen bij aan de identiteitsvorming en beïnvloeden cultuurpraktijken. ➤ <u>Cultural services</u>: zijn die activiteiten die tot doel hebben aan culturele noden of interesses tegemoet te komen. Ze komen niet voor in de vorm van materiële goederen. Ze bestaan uit 	<p>Promotiegalleries zijn op <u>winst</u> gerichte ondernemingen die goederen en diensten verspreiden via de <u>internationale kunstmarkt</u>. De meeste galleries zijn <u>eenmansbedrijfjes of BVBA's</u>. Winst wordt in beperkte kring verdeeld.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Goederen</u>: Hedendaagse kunstwerken. Ofwel koopt de galerie een werk aan en neemt later een zekere winst op de verkoop, ofwel neemt zij een werk in consignatie en neemt een percentage op de onmiddellijke verkoop, of een combinatie van beide. De promotiegalerie bewaakt de relatie tussen prijsvorming en de ontwikkeling

<p>een aanbod van maatregelen en faciliteiten ter aanmoediging van culturele activiteiten die de overheid, privé en semi-publieke instituten of ondernemingen ter beschikking van de gemeenschap stellen.</p> <p>[Unesco, 2003]</p>	<p>van een kunstenaarscarrière.</p> <p>➤ <u>Diensten</u>: Een galerie vervult intermediaire functies zoals het ondersteunen van artistieke producties, het organiseren van tentoonstellingen, het activeren van internationale vernetwerking, het organiseren van debatten en het uitgeven van publicaties</p>
<p>Maakt deel uit van de <u>lokale en kleinschalige culturele industrie in Vlaanderen</u>.</p>	<p>In België zijn een <u>30 tal</u> professionele promotiegaleries.</p>
<p>Heeft in bepaalde gevallen banden of maakt deel uit van een <u>internationaal vertakte belevenisindustrie</u>.</p>	<p>Een promotiegalerie verzorgt de promotie van de kunstenaar door middel van allerlei <u>activiteiten</u>: ze vertegenwoordigt zijn kunstenaars op binnen –en buitenlandse beurzen, publicaties, dossiers, voorstelling aan aankoopcommissies, tentoonstellingen, lezingen en zorgt voor de juiste plaatsing in het <u>internationaal beeldende kunstennetwerk</u>.</p>
<p>De productie heeft betrekking op betekenissen van culturele aard – <u>content of inhoud</u>, die wordt gedefinieerd als tekst, beeld, geluid, design.</p>	<p>Een promotiegalerie ondersteunt de productie van zijn kunstenaars en hun werk. Ze staat in voor <u>ontwikkeling en bekendmaking van de content</u>. De galerie staat open voor artistieke innovatie en neemt geregeld risico's.</p> <p>De galerie speelt een belangrijke rol in het <u>ontwikkelen van culturele waarden</u>. Ze wordt hoe langer hoe belangrijker in het voeren van <u>culturele debatten</u>.</p>
<p>Is gericht op <u>publieksmaximalisatie</u> of het maximaal aanboren van het gewenste</p>	<p>Een promotiegalerie doet aan <u>publieksmaximalisatie</u> doordat ze instaat voor</p>

publiek.	het uitbouwen van een internationaal netwerk waarbij ze haar doelgroepen uitbreidt naarmate het symbolisch kapitaal stijgt.
----------	---

2.3. SECTORGERELATEERDE PROBLEMEN EN DOELSTELLINGEN VOOR ONDERSTEUNING

Aan de hand van interviews met een aantal sectoractoren en het raadplegen van talrijke bronnen worden de meest vermelde algemene problemen voor de galeriesector op een rijtje gezet. Daaruit worden doelstellingen geformuleerd die de Vlaamse overheid in het achterhoofd moet houden bij de ontwikkeling van een ondersteuningsbeleid voor de Vlaamse promotiegaleriën.

BRONNEN

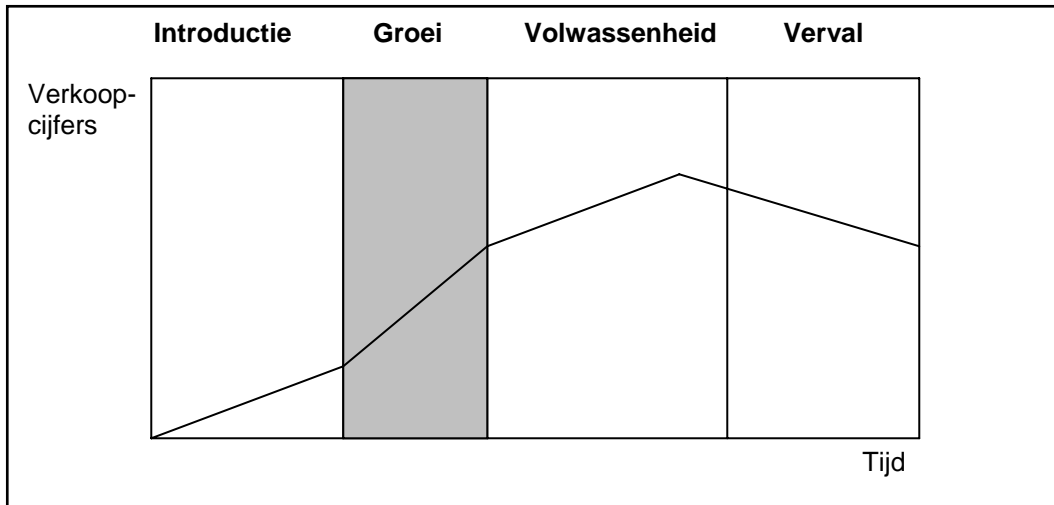
- Interview Adriaan Raemdonck – Galerie de Zwarte Panter, voorzitter BUP, 14 maart 2005
- Interview Bart van der Hertem – Directeur Administratie Cultuur, 29 maart 2005
- Interview Adriaan Raemdonck en Paule de Boeck – bestuur BUP, 28 februari 2005
- Interview Dorian van der Brempt – voorzitter boek.be, Gent, 24 maart 2005
- Interview Jo Coucke – Galerie Deweer, Otegem, 29 maart 2005
- Schriftelijk interview: Tim van Laere - Tim van Laere Galerie, 30 april 2005
- Schriftelijk interview Frank Demaegd – Galerie Zeno X, 13 november 2003
- Schriftelijk interview Stella Lohaus - Galerie Stella Lohaus, 9 mei 2005
- Telefonisch interview Annette de Keyser - Galerie Annette De Keyser, 6 mei 2005
- Telefonisch interview Joseph Sekcy - voorzitter Galerieënverband Vienna, 22 maart 2005
- Telefonische interview Guus Broos – voorzitter Nederlandse Galerie Associatie, 9 maart 2005
- Gielen,, Laermans, 2004
- Kunst te koop! Artistieke innovatie en commercie in het Nederlandse galeriebestel, Boekmanstudies,, 2001
- De talrijke getuigenissen op openingen

A. Onderontwikkeling bedrijfstak

Het galeriewezen is een bedrijfstak in Vlaanderen met een groot potentieel. Onder een bedrijfstak worden de schakels verstaan die een product doorloopt. Zoals eerder aangegeven is de beeldende kunstensector in Vlaanderen nog onderontwikkeld en dat is voor de galeries niet anders.

Kotler toont aan dat elke bedrijfstak een levenscyclus doorloopt met vier fasen: introductie – groei – volwassenheid en verval. [Kotler, 1972, p.432] De bedrijfstak van het galeriewezen kan in de groeifase worden gesitueerd. Ze blijft daar echter vastzitten. De drempel naar volwassenheid is

moelijk te nemen doordat de nodige impulsen uitblijven. Om haar positie te verstevigen is het van belang acties te ondernemen om zich in die fase op een succesvolle manier verder te ontwikkelen.



6. Stadia van de levenscyclus [Kotler (1972), Marketing Management, 2^e ed, Engelwood Cliffs, N.J.: Prenticehall, 1972, p. 432-433]

Doelstelling: De sector van de nodige impulsen voorzien zodat de ontwikkelingscyclus kan worden vervolgd.

B. Lage algemene toetredingsbarrières

Het beroep van galeriehouder is voor iedereen toegankelijk. Nochtans is er een groot onderscheid tussen een kunsthandel enerzijds en een promotiegalerie anderzijds. Er bestaat zo iets als een deontologische code voor de promotiegalleries waar de galeriehouder zich aan moet houden. Die wordt sociaal bewaakt en gesanctioneerd. [Gielen, 16 april 2005] Een promotiegaleriehouder die de spelregels met de voeten treedt, wordt door collega's, kunstenaars en verzamelaars als 'commerçant' bestempeld. Er zijn echter geen officiële beroepsvereisten voor professionele promotiegalleries. Daardoor is voor de buitenwereld het onderscheid vaak onduidelijk en wordt de sector als erg ondoorzichtig ervaren.

Doelstelling: De creatie van een soort erkenning die de Vlaamse promotiegalerie onderscheidt van verkapte vormen van kunsthandel.

C. Imago

De galeriesector heeft te kampen met imagoproblemen. Het grote publiek is niet vertrouwd met de sector en ziet een galeriehouder vooral als geldschepper. Ook de 'inside crowd' staat vaak huiverachtig tegenover de ondoorzichtigheid van de sector.

Dit imago verhindert het tot stand komen van belangrijke allianties. Musea werken liever niet samen met galeries en jonge galeriehouders kunnen praktisch nooit een lening aangaan bij financiële instellingen.

Doelstelling: Het imago van de galeriesector herstellen zodat het vertrouwen in de sector stijgt.

D. Financiële problemen voor de opstart en uitbouw van galeries

Het opstarten van een galerie is als het opstarten van een bedrijf. Galeriehouders worden vaak geconfronteerd met financieringsbehoeften. Startende of jonge galeries hebben geld nodig om uit de startblokken te geraken. Reeds draaiende galeries zoeken kapitaal om verder te kunnen groeien of om te investeren in nieuwe projecten. Bij de banken kunnen ze praktisch nooit terecht voor financiering. In de eerste plaats door het eerder vermeld imagoprobleem. Dikwijls vindt de bank het risico te hoog of zijn er te weinig waarborgen en zekerheden voorhanden. Het gevolg is dat galeries met té schaarse middelen een onprofessionele start nemen. Er rekening mee houdend dat een galerie na gemiddeld 10 jaar pas echt rendeert, is ook de uitbouw van de galerie problematisch. Een promotiegalerie heeft met andere woorden bijna constant met onderfinanciering te maken en er zijn dan ook maar weinigen die overleven. Een belangrijk gevolg van het tekort aan financiële middelen is dat het als galerie moeilijk is om haar kunstenaars op een professionele manier te ondersteunen en om nieuwe nog onbekende kunstenaars aan te trekken.

Doelstelling: Het aantrekken van risicokapitaalverschaffers of het voorzien in waarborgen om de opstart en uitbouw van galeries op een professionele manier mogelijk te maken.

E. Snel stijgende kosten

De financiële lasten van de galeries zijn de laatste jaren gestegen met het verhogen van de BTW. Een galeriehouder is BTW-plichtig voor 21%. Een kunstenaar daarentegen slechts voor 6%. Daardoor kopen musea, bedrijven en verzamelaars hun werken liever rechtstreeks bij de kunstenaar. Bovendien hanteren niet alle Europese landen de 21% regel, hoewel het om een Europese richtlijn gaat. Veel landen hebben uitstel op die richtlijn gekregen. Internationale

verzamelaars kopen bijgevolg liever in een Duitse galerie waar een lager BTW percentage geldt dan in een Vlaamse. Dit is oneerlijke concurrentie.

Daarbij komt dat na de invoering van strengere eisen in verband met copyright en volgrecht de lasten voor de galleries nog zullen stijgen. Door die stijgende kosten komen jonge galleries in de problemen. Het wordt ook steeds moeilijker om een galerie op te starten. Het is onrealistisch te eisen dat er maatregelen genomen worden om de oorzaken van de stijgende kosten weg te nemen. Wel kan naar compensaties gezocht worden.

Doelstelling: De stijgende kosten waarmee de galleriesector te maken heeft compenseren.

F. Internationale focus

Enkel kapitaalcrachtige gevestigde galleries kunnen een professionele internationale werking uitbouwen. Deze zijn in Vlaanderen op één hand te tellen waardoor de sector in het buitenland amper gekend is. Zolang slechts een handvol Vlaamse galleries een (ook nog marginale) rol spelen op de internationale markt, zullen er vermoedelijk maar beperkte mogelijkheden zijn voor doorstroming van een volgende generatie talentvolle kunstenaars en voor het opstuwten van een bredere subtop. Dat slechts een handvol Vlaamse galleries in staat is mee te spelen op de internationale markt, hangt mee samen met de beperkte omzet die de meeste weten te realiseren. In een context van globalisering is het van belang dat de Belgische kunst internationaal gepromoot wordt. De structurele positionering van de Vlaamse promotiegalleries op de internationale markt is bijgevolg noodzakelijk.

Doelstelling: De internationale promotie van de beeldende kunst via de promotiegalerie stimuleren.

G. Professionalisering

Galleries zijn ondernemingen maar worden niet altijd als dusdanig erkend door de sector. Bij de galeriehouders ontbreekt het vaak aan een ondernemersmentaliteit. Voor het uitbouwen van kapitaalcrachtige galleries is echter een professionele bedrijfsvoering vereist. Heel wat galleries starten als een eenmanszaak of een BVBA. Enerzijds omdat de structuren en de lasten van een NV te zwaar zijn, anderzijds omdat het belang van een stevige en doorzichtige ondernemingsstructuur niet wordt ingezien.

Bovendien is het vaak moeilijk werken in een Vlaamse context. Zwart werk komt veel voor en er worden financiële constructies in het leven geroepen om de verkoop te optimaliseren. Dit is echter niet naar wens van de galeriehouders. Ze zijn vragende partij om professioneel te werken en de doorzichtigheid te vergroten.

Doelstelling: Een ondernemersmentaliteit bij de galeriehouders stimuleren en fiscale maatregelen nemen om een professionele werking mogelijk te maken.

H. Relatie met de stakeholders

De relatie van de galerie met haar stakeholders is niet altijd optimaal. Stakeholders zijn alle belanghebbenden van een onderneming. De belangrijkste stakeholders zijn de kunstenaars, de verzamelaars, de musea, de bedrijven en de overheid.

- De kunstenaars: De galerie heeft vaak moeite om kunstenaars aan zich te binden. Het gaat hierbij om zowel Vlaamse als buitenlandse kunstenaars die door de galeries vertegenwoordigd worden. Een galerie kan een artiest op verschillende wijzen aan zich binden: door zichzelf een sterk profiel aan te meten, een soort merknaam creëren, door tussen te komen in de productie van de werken, enzovoort. Het is echter hoe langer hoe meer een trend voor kunstenaars om op zoek te gaan naar meerdere galeries die hen vertegenwoordigen.
- De verzamelaars: De galerie kan de verzamelaars qua financiële service niet veel meer bieden dan een aantal dubieuze financiële constructies om kunstwerken aan te kopen. De galeriehouders zouden graag de relatie met de verzamelaars optimaliseren, in de eerste plaats door haar werking te professionaliseren.
- De musea: Vanuit de musea is er nog geen actief beleid naar de galeries toe. Er bestaat een soort wantrouwen die de samenwerking hindert. Nochtans zijn de voordelen bij samenwerking dezelfde als deze die bij PPS aan bod kwamen. De galerie kan de eerder besproken 'subjectivity stream' van een museum in zijn werking inschrijven, terwijl een museum beroep kan doen op de professionele kennis, het netwerk en het symbolisch kapitaal van een galerie.
- De bedrijven: Sommige galeries werken als een soort kunstuitlendienst voor bedrijven. Hier liggen verschillende mogelijkheden maar in de sector zijn die nog niet echt gekend.

Ook bij de bedrijven kan de uitwisseling van kapitaal als argument tot samenwerking gelden. Een galerie beschikt immers over symbolisch kapitaal dat door een bedrijf in zijn bedrijfscultuur kan worden opgenomen.

Voor de bedrijven is het ook van belang dat ze op een fiscaal gunstregime kunnen rekenen voor de aankoop van kunstwerken. Deze kunnen niet in de kosten worden ingebracht en dat is een grote barrière voor bedrijven om collecties aan te leggen.

- Overheid: De sector communiceert niet met de overheid. Nochtans heeft de sector een beroepsvereniging, het BUP, die hiervoor kan instaan. Er is echter geen enkele professionele vertegenwoordiger die als sectorverantwoordelijke de noden en mogelijkheden van de sector naar de overheid communiceert.

Doelstelling: Ondersteuningsmodellen ontwikkelen voor de stakeholders van de promotiegalerie met betrekking op de galerie.

I. Slagkracht

Vlaanderen heeft een rijk aanbod aan promotiegalleries. Een professionele werking kan echter niet ten volle ontwikkeld worden met gevolgen voor zowel de nationale als internationale uitstraling. Ondanks hun belangrijke maatschappelijke rol in de kunst- en cultuursector kunnen ze nauwelijks rekenen op steun vanuit de overheid.

Doelstelling: De sector als een volwaardige partner in de beeldende kunstensector aanschouwen en een officiële erkenning via een gedegen ondersteuningsbeleid ontwikkelen.

Deel III

-

Ondersteuningsmodellen

Werkwijze – p.53

Waardeketen – p.53

Aangewezen PPS modellen – p.55

Mogelijke ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleriës – p.58

Mogelijke ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleriës – p.84

‘Van primair belang is de spilfunctie die galeriës in de kunstwereld horen te hebben en die te bekrachtigen. Een galerie stimuleert niet alleen kunstenaars in hun artistieke ontwikkeling, maar heeft ook als taak een maatschappelijke en financiële basis onder hedendaagse kunst te leggen door de vraag er naar te vergroten. Die functie komt nog te weinig tot groei. Een galerie zit in de semi-public space: een galerie is: discussiepartner, curator en ‘internator of relationships’. Ze bemiddelt tussen bezoekers, artiesten, musea, collectioneurs, enzovoort.’ [Decron, 16 april 2005]

1. Werkwijze

Het is de bedoeling om nu na te gaan op welke manier de noden waarmee de galeriesector te kampen heeft opgelost kunnen worden via de culturele investeringsmaatschappij. Daarbij is er voor gekozen om ondersteuningsmodellen te ontwikkelen die onrechtstreeks aan de noden tegemoet komen. Het zal namelijk blijken dat wanneer men een aantal structurele impulsen geeft aan bepaalde domeinen van de galerieactiviteiten, het resultaat daarvan gevolgen heeft voor de verschillende problemen waarmee de sector te kampen heeft. Dit lijkt redelijk abstract maar zal in de loop van de uiteenzetting duidelijker worden.

Aan de hand van de analyse van de waardeketen van de Vlaamse promotiegalerie, wordt nagegaan welke activiteiten van de galerie ondersteund kunnen worden. Het resultaat van het strategisch verstevigen van een aantal van die activiteiten straalt namelijk af op de gehele werking van de galerie en haar positie in het beeldende kunstenveld. Dit wordt uitgelegd aan de hand van horizontale verbindingen. Anderzijds wordt gewezen op het belang van verticale verbindingen. Dit zijn de relaties die een galerie met de stakeholders heeft. Als ze die relaties kan optimaliseren, verstevigt haar positie in het beeldende kunstenveld en tevens die van de stakeholders. Door de analyse van de horizontale en verticale verbindingen zal het blijken dat de Vlaamse overheid via de culturele investeringsmaatschappij twee verschillende soorten PPS modellen kan ontwikkelen.

2. Waardeketen

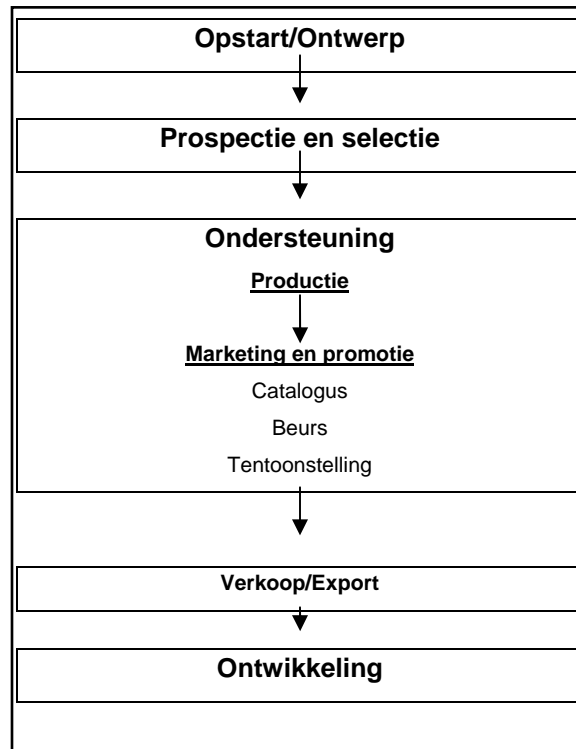
2.1. Ketenactiviteiten

De positionering van de Vlaamse promotiegalleries komt neer op het verstevigen van de bedrijfstak. De versteviging van een bedrijfstak kan niet begrepen worden door een onderneming als een geheel te beschouwen. Het komt voort uit de vele verschillende activiteiten die een bedrijf uitvoert op gebied van het ontwerp, de productie, de marketing, de export en de ondersteuning van zijn producten. Elk van deze activiteiten kan een relatieve positieverbetering creëren. [Porter, 2002, p.47] Als een aantal activiteiten ondersteund worden kan er op termijn een toegevoegde waarde gecreëerd worden. Door die toegevoegde waarde versterkt de positie van een onderneming binnen het veld waarin het opereert.

Het op een systematische manier onderzoeken van alle activiteiten die een bedrijf uitvoert, kan dus tot strategische ondersteuningsmodellen leiden die een globale positieverbetering tot gevolg

hebben. Om hierin duidelijkheid te scheppen wordt een eenvoudige waardeketen als basisinstrument gebruikt, ontwikkeld door Mckinsey & Company. [Mckinsey & Company, 2005] De waardeketen deelt een bedrijf op in zijn strategische relevante activiteiten. Ze worden geordend volgens de processtroom van de onderneming.

Uit voorgaande definities kan voor de galeries volgende waardeketen voorgesteld worden:



7. Waardeketen Vlaamse promotiegalerie

2.2. Horizontale en Verticale Activiteiten

Michael Porter formuleert een belangrijke aanvulling op de waardeketen. Hij wijst op het belang van twee soorten verbindingen: horizontale en verticale verbindingen.

- Horizontale verbindingen: Horizontale verbindingen zijn de relaties tussen de onderdelen van de waardeketen. De waardeketen is geen verzameling van onafhankelijke onderdelen maar een systeem van onderling afhankelijke activiteiten. Waardeactiviteiten zijn aan elkaar gerelateerd door verbindingen binnen de waardeketen. 'Verbindingen zijn relaties tussen de wijze waarop één waardeactiviteit wordt uitgevoerd en de kosten of uitvoering van een andere. Hogere kosten in de productieorganisatie kunnen bijvoorbeeld resulteren in lagere kosten in de verkooporganisatie.' [Porter, 2002, p. 48] Stel dat een

galerie extra financiële middelen kan aanboren om het productieluik te ondersteunen, dan zou de kwaliteit van de werken stijgen en daarmee ook het symbolisch kapitaal van de galerie en de kunstenaar die voor de productie instaan. Door die stijging van het symbolisch kapitaal zullen de kosten voor de promotie minder hoog oplopen.

- Verticale verbindingen: Verbindingen bestaan niet alleen binnen de waardeketen van een onderneming maar ook tussen de keten van een bedrijf en de waardeketens van de stakeholders. Een onderneming gaat de relatie die ze met de stakeholders heeft dus optimaliseren. Het resultaat daarvan is een win-win situatie voor beide partners. [Porter, 2002, p. 49] Dit soort verbindingen geven een onderneming eveneens de mogelijkheid om haar positie te verbeteren. Een voorbeeld hiervan kan een bepaalde service van een galerie aan een verzamelaar zijn. Een verzamelaar die beroep kan doen op renteloze leningen voor de aankoop van werken in de galerie zal zijn banden met de galerie optimaliseren.

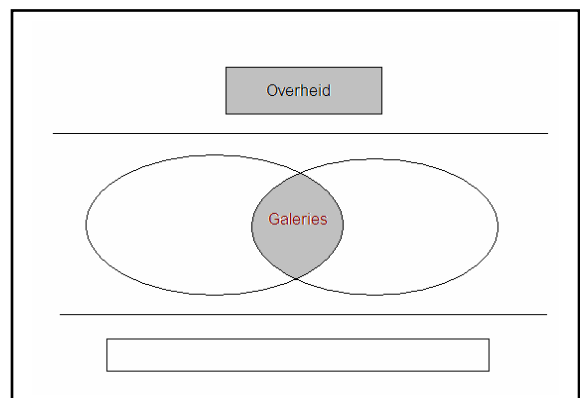
De stakeholders van de Vlaamse promotiegaleries zijn zoals eerder gezegd de verzamelaars, de kunstenaars, de musea, de bedrijven en de overheid. Hun relatie met de galerie zal duidelijk worden bij het beschrijven van de ondersteuningsmodellen.

3. Aangewezen PPS-modellen

De verschillende soorten PPS modellen werden in Deel I, hoofdstuk 1.3.C. voorgesteld. PPS model B waarin de samenwerking tussen de overheid en een private of semi-publieke sectoractor wordt beschreven lijkt het meest werkbaar voor het ondersteunen van de activiteiten van de waardeketen ten einde de horizontale verbindingen te verstevigen. Model C waarin de overheid als facilitator samenwerkt met een andere actor (in dit geval zowel binnen als buiten het beeldende kunstveld) om een veldactor te ondersteunen is toepasbaar ten einde verticale verbindingen te verstevigen. Dit zal hieronder verder gedetailleerd worden.

3.1. Verstevigen horizontale verbindingen

De activiteiten van een promotiegalerie kunnen zoals eerder gezegd op een waardeketen worden voorgesteld. De overheid kan er voor opteren bepaalde activiteiten te ondersteunen ten einde de algemene werking van de galerie te optimaliseren en haar positie te verstevigen. Ten slotte betekent de ondersteuning van één activiteit ook een



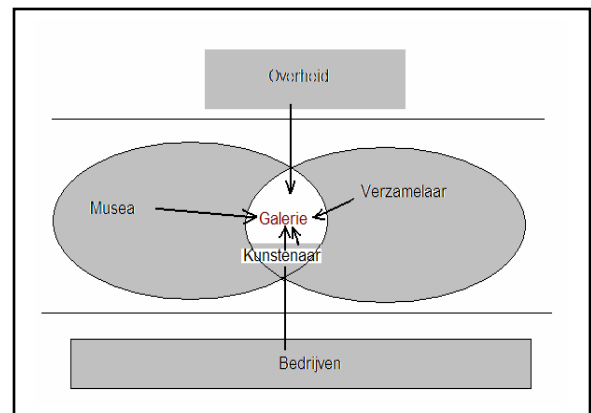
versteving van de andere activiteiten door de horizontale verbindingen.

➤ Meerwaarde

De galerie en de overheid gaan dus een alliantie met elkaar aan. Voor de overheid is de ontwikkeling van de galerie belangrijk omdat ze de beeldende kunstensector van extra impulsen wil voorzien. Dit is aangewezen om aan de doelstellingen van een indirect ontwikkelingsgericht beleid en de creatie van de artistieke werkstad Vlaanderen te voldoen die geformuleerd zijn in deel I, hoofdstuk 1.2. Voor de galerie betekent de samenwerking het oplossen van de problemen die beschreven zijn in deel II, 2.3. en vooral de overgang naar de 'volwassenfase' in de levenscyclus.

3.2. Verstevigen verticale verbindingen

De overheid kan eveneens tussenkomen om de verticale verbindingen van een galerie te ondersteunen. Ze neemt daarvoor de rol van facilitator op zich. Dit komt er op neer dat de overheid een alliantie aangaat met één van de stakeholders met als doelstelling de relatie van de stakeholders met de galerie te verbeteren en daardoor de positie van de galerie in het veld te versterken.



9. PPS: verstevigen horizontale verbindingen

➤ Meerwaarde

Zoals eerder gesteld komt het verstevigen van verticale verbindingen neer op een win-win situatie. De positie in het beeldende kunstennetwerk van zowel de stakeholder als de galerie zal verstevigen. Voor de overheid betekent de samenwerking het optimaliseren van de werking van de beeldende kunstensector. Ook hier wordt tegemoetgekomen aan de eerder geformuleerde doelstellingen.

3.3. Algemene gevolgen met betrekking op de noden van de sector

Vanuit het model van de waardeketen worden mogelijke ondersteuningsmaatregelen geformuleerd voor de Vlaamse promotiegalleries. Dit is de meest werkbare manier om het galeriewezen extra impulsen te geven want uitgaande van aanvullingen van Porter op de waardeketen-theorie van Mckinsey, leidt de ondersteuning van bepaalde activiteiten van een

onderneming tot een algemene positieverbetering en worden de noden waarmee het galeriewezen te maken heeft structureel opgelost.

Dit kan aan de hand van volgend schema worden verduidelijkt. Door de ontwikkeling van een bepaalde fase activiteit wordt tegemoetgekomen aan één of meerdere noden zoals beschreven in deel II hoofdstuk 2.3.

Ontwikkeling van →	→ Is een tegemoetkoming aan
Opstart	Onderontwikkeling bedrijfstak Lage algemene toetredingsbarrières Imago Financiële problemen opstart Professionalisering
Prospectie en selectie	Internationale uitstraling Professionalisering
Productie	Relatie met stakeholders: kunstenaar
Marketing en promotie	Internationale uitstraling Professionalisering Slagkracht
Verkoop/Export	Internationale uistraling Relatie met stakeholders
Ontwikkeling	Onderontwikkeling bedrijfstak Financiële problemen opbouw Snel stijgende kosten Internationale focus Professionalisering Slagkracht

Door de verticale verbindingen is ook de relatie met de stakeholders van belang voor de positie van galerie.

Ontwikkeling van →	→ Is een tegemoetkoming aan
Relatie met stakeholders	Algemene positionering

Hoe dit allemaal specifiek in zijn werk gaat, wordt verder verduidelijkt bij de voorstelling van de ondersteuningsmodellen.

4. Mogelijke ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleries

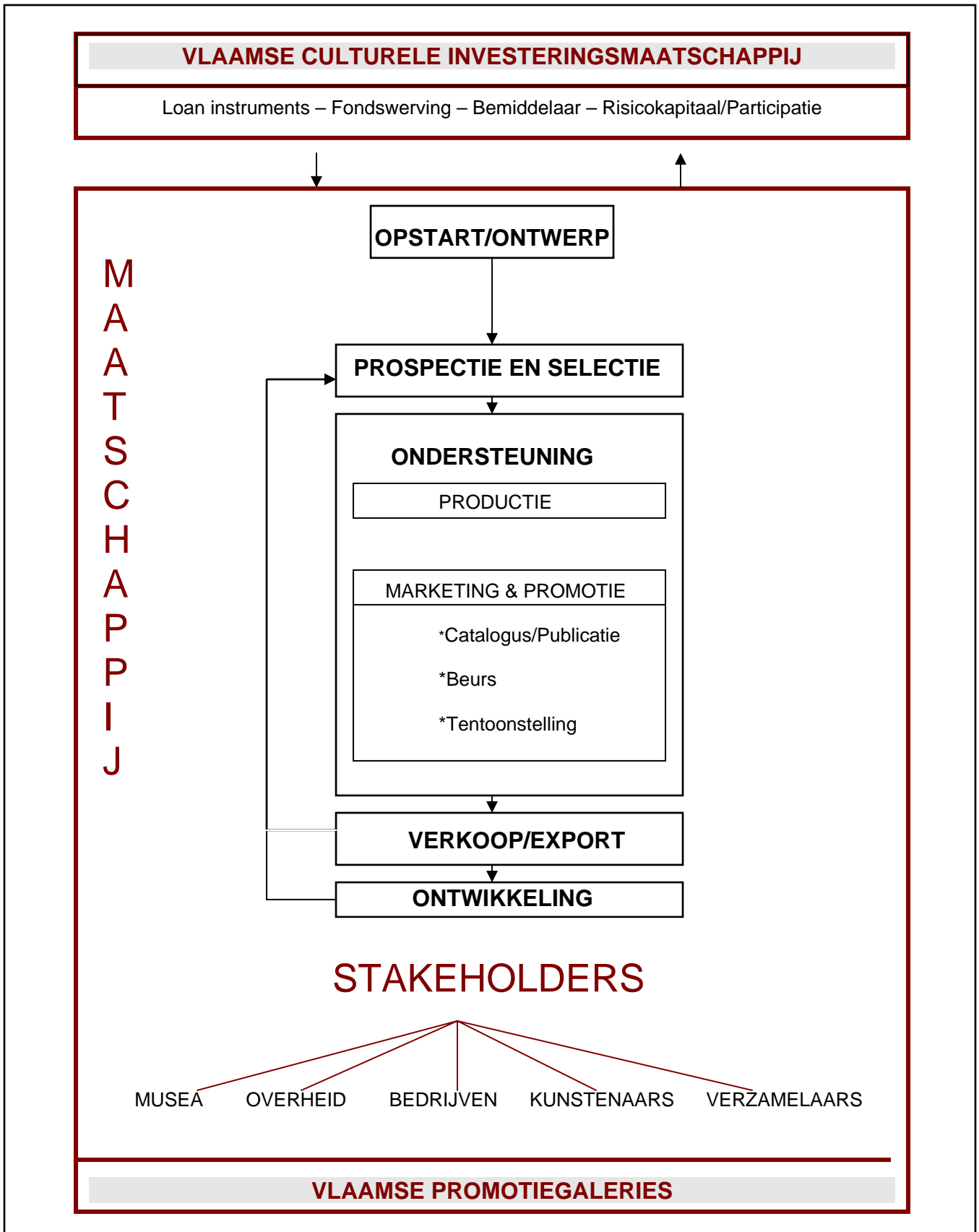
De ondersteuningsmodellen voor de Vlaamse promotiegaleries worden vervolgens voorgesteld. Er is voor gekozen alle mogelijke werkingsmodellen voor de verschillende faseactiviteiten en voor de stakeholders na te gaan. In de aanbevelingen komt vervolgens naar voor welke ondersteuningsvormen prioritair zijn.

Per activiteit of per stakeholder wordt eerst nagegaan wat de specifieke problemen zijn. Vervolgens wordt een doelstelling geformuleerd waaraan bij ondersteuning moet worden voldaan. Daarna worden de verschillende mogelijkheden voor ondersteuning nagegaan. Voor een gedetailleerde uitleg over de modellen kan gekeken worden bij deel II, hoofdstuk 1.3. waar alle mogelijke ondersteuningsmodellen voor een culturele investeringsmaatschappij zijn toegelicht.

Elke ondersteuningsmaatregel wordt kort beschreven waarna onder het titeltje 'bronnen' een beknopte opsomming volgt van inspiratiemodellen. Het zal namelijk blijken dat de overheid reeds een aantal ondersteuningsmaatregelen heeft genomen die toepasbaar zijn op de specifieke gevallen. Die maatregelen worden kort voorgesteld onder de noemer '*bestaande modellen*'. Vaak echter moest er gezocht worden naar binnen –en buitenlands vergelijkingsmateriaal om tot bepaalde ondersteuningsmodellen te komen. Die voorbeelden worden kort voorgesteld onder de hoofding '*inspiratiebronnen*'.

Nadat alle ondersteuningsmogelijkheden voor een faseactiviteit of een stakeholder overlopen zijn volgt een korte kritische evaluatie.

Als handig werkinstrument wordt een schema meegegeven dat voorgaande bevindingen bundelt.



10. Samenvattend schema Vlaamse culturele investeringsmaatschappij – Vlaamse promotiegaleries

Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegalerie

OPSTART

A. Fasegerelateerde problemen

De opstart van een galerie kost geld. Startmiddelen spelen een beslissende rol bij het overleven of verdwijnen van een galerie. Zeker als men er rekening mee houdt dat een galerie pas na ongeveer 10 jaar rendeert, is een groot startkapitaal essentieel. [Coucke, 29 maart 2005]. Over het algemeen hebben galeries onvoldoende geldmiddelen omdat de behoeften zelden realistisch ingeschat worden en omdat het niet altijd gemakkelijk is de nodige financiële middelen te vergaren. De meeste galeries kunnen namelijk geen lening aangaan bij de bank om de eigen financiële middelen aan te vullen. Dit doordat er groot wantrouwen heerst bij de financiële instellingen tegenover de beeldende kunstensector.

De opstartende galerie heeft niet enkele financiële problemen maar vaak ontbreekt het de galeriehouder ook aan een ondernemersmentaliteit. De professionele werking van de galerie komt daardoor van bij de opstart al in gevaar. Een galerie heeft in een context van globalisering nochtans nood aan een sterk profiel. Het belang van 'marketing strategic' moet worden benadrukt. Nieuwe verbindingen tussen innovatie en commercie zouden ingang moeten vinden in de kringen van galeries en aanzet geven tot concrete maatregelen. Een mentaliteitswijziging dringt zich op. Als galeries er in slagen meer profiel en concurrentiekracht te ontwikkelen worden zij ook een interessante(re) partner voor musea, verzamelaars, bedrijven en ander galeries met wie ze wil samenwerken.

B. Doelstelling

Startende galeries overlevingskansen geven en een professionele werking van bij opstart garanderen door het ondernemerschap te stimuleren en extra financiële bronnen aan te boren.

C. Modellen

Start-up financiering

- Participatie: via een culturele investeringsmaatschappij kunnen de financiële tekorten bij de opstart van een galerie aangevuld worden door het verschaffen van risicokapitaal. Een culturele investeringsmaatschappij kan zelf in kapitaal voorzien en een (minderheids)participatie nemen in de galerie. Bovendien kan de overheid-investeerder een begeleidende rol spelen in het management van de startende galerie.

- Een galerie kan voor de opstart ook beroep doen op bestaande 'tools' die de overheid reeds aanbiedt voor startende ondernemingen, namelijk het 'Gratis opstartmodel' van de Vlaamse regering.

Bronnen

Bestaande Modellen

- Gratis Opstart: De Gratis Opstart wil nieuwe starters de wind in de zeilen geven. De Vlaamse overheid neemt een aantal opstartkosten van een onderneming voor haar rekening zodat een mogelijke hindernis voor starters uit de weg wordt geruimd. (www.ondernemen.vlaanderen.be)

Inspiratiebronnen

- Sodec - steun aan cultuurbedrijven/galeries: Sodec (La Société de Développement des Entreprises Culturelles - Québec) heeft een aantal 'tools' ontwikkeld om de opstart en ontwikkeling van cultuurbedrijven te ondersteunen, waaronder participatie. Ook voorziet ze voor galeries overbruggingskredieten, werkingsmiddelen en aankoop van immobiëlen. Andere financiële middelen van Sodec zijn lange termijnlening, verlengbaar krediet en de borgstelling voor lening. (www.sodec.gouv.qc.ca)
- PMV: Investeren/participeren: Ingeval de markt ondersteuning nodig heeft of een hefboom zoekt om een economisch interessant initiatief te realiseren, kan de Participatie Maatschappij Vlaanderen (PMV) als investeringsmaatschappij met de overheid als aandeelhouder een rol vervullen. Daarbij zal PMV steeds een redelijk evenwicht nastreven tussen financieel en maatschappelijk rendement. PMV heeft een aantal financiële tools ontwikkeld waaronder participatie. (www.pmv.be)

Kredieten

- (Renteloze) lening: Voor de opstart kunnen galeries vaak niet terecht bij banken omdat de sector met een imago probleem te kampen heeft. De onzekerheid over terugbetaling schrikt de meeste financiële instellingen af. Een culturele investeringsmaatschappij kan (renteloze) leningen verschaffen, al dan niet in samenwerking met het Participatiefonds van de Vlaamse overheid. Het Participatiefonds voorziet in een aantal leningen aan startende ondernemingen.
- Waarborgregeling voor investeringskredieten: In samenwerking met financiële instellingen kan een Culturele investeringsmaatschappij zich borg stellen voor de lening die de galerie aangaat. Er bestaat reeds een waarborgregeling ontwikkeld door de Vlaamse Overheid. Die regeling is ondergebracht in een speciale afdeling van Participatie Maatschappij Vlaanderen (PMV) namelijk PMV-KMO.
- Overbruggingskredieten: In afwachting van financiële middelen via privé-investeerders of financiële instellingen kan een investeringsmaatschappij een galerie een overbruggingskrediet verlenen.

Bronnen

Bestaande modellen

- Participatiefonds Vlaanderen: Het fonds werd opgericht om de eigen middelen van de kleine ondernemingen te vergroten en de toegang tot het krediet te vergemakkelijken. De belangrijkste instrumenten zijn de instaplening (voor een KMO of zelfstandige die start of die actief is sinds maximaal 1 jaar) en de solidaire lening (voor starters met een moeilijke financiële toestand). (www.trividend.be) (www.ondernemen.vlaanderen.be)
- PMV-KMO/Waarborglening voor investeringskredieten: PMV-KMO vormt het KMO-financieringsagentschap dat op initiatief van de Vlaamse regering de diverse Vlaamse overheidsinitiatieven ter bevordering van KMO-financiering beheert. De nieuwe waarborgregeling investeringskredieten streeft ernaar op meer effectieve en efficiënte wijze tegemoet te komen aan het gebrek aan waarborgen die KMO's kunnen bieden bij het afsluiten van een financieringsovereenkomst met een financiële instelling. De Vlaamse overheid kan als borg optreden, in geval de onderneming zelf onvoldoende zekerheden kan bieden. (www.pmv-kmo.be)

Inspiratiebronnen

- Kunstenaars&Co: In Nederland is door de non-profit organisatie 'Kunstenaars&Co' de samenwerking aangegaan met de financiële wereld. Kunstenaars kunnen leningen aangaan met de bank en Kunstenaars&Co staat borg. Dit model kan ook voor de Vlaamse galeries ontwikkeld worden. (www.kunstenaarsenco.nl)
- Sodec: Zoals hoger vermeld voorziet Sodec binnen 'Sodec - steun aan cultuurbedrijven' overbruggingskredieten voor galeries. Ook voorziet ze lange termijnskredieten voor cultuurbedrijven in het algemeen. (www.sodec.gouv.qc.ca)
- ICIC: Het Institut Català de les Indústries Culturals werd opgericht om impulsen te geven aan de cultuurindustrie in Catalonië. Het ICIC zoekt actief naar manieren om de toegang voor cultuurbedrijven tot speciale kredietlijnen te vergemakkelijken. Bijvoorbeeld kunnen ondernemingen een lening aangaan bij een financiële instelling waarmee het ICIC een akkoord heeft. Het grootste deel van de commissie die moet betaald worden neemt het ICIC voor haar rekening. (cultura.gencat.net/icic)

Bedrijfsadvies

Een professionele begeleiding van bij de opstart kan de slaagkansen van een galerie aanzienlijk verhogen. Er zijn door de Vlaamse overheid reeds heel wat maatregelen en professionele organisaties het leven ingeroepen om in een professionele begeleiding aan startende ondernemingen te voorzien. Zo zijn er de DNA cheques, de GOM's en het Vizo.

Bronnen

Bestaande modellen

- Dna-cheques: Deze cheque maakt professioneel advies goedkoop voor personen die de stap naar het ondernemerschap willen wagen. Een goed uitgedacht ondernemingsplan en een haalbaarheidsstudie door een gespecialiseerde en erkende adviesinstantie verhogen de slaagkansen van de ondernemer. (www.ondernemen.vlaanderen.be)

- GOM: De Gewestelijk Ontwikkelingsmaatschappijen (GOM's) zijn overheidsinstellingen die begeleiding bieden aan startende en groeiende ondernemingen. (www.gom.be)
- Vizo: Het Vizo is een openbare instelling met als doel de bevordering en optimalisatie van kwalitatief ondernemerschap in Vlaanderen. Bij Vizo-bedrijfsadvies kan men beroep doen op bedrijfsadviseurs voor bedrijfseconomisch advies aan startende en bestaande ondernemingen. Het Vizo voorziet voor starters advies bij het ondernemingsplan en starterformaliteiten en advies in verband met het Vlaamse participatiefonds. (www.vizo.be)

Facilitator

De culturele investeringsmaatschappij kan een rol spelen om investeerders warm te maken actief te participeren in de opstart van de galerie. Dit kan zowel naar investering –en durfkapitaalfondsen toe, als naar geïnteresseerde bedrijven. Ook kunnen startende galeries beroep doen op de GOM's of het Vizo.

Bronnen

Bestaande modellen:

- GOM: De GOM's zijn gespecialiseerd in het begeleiden van ondernemingen bij het zoeken naar risicokapitaal bij het Vlaamse participatiefonds maar eveneens bij andere investering –en durfkapitaalfondsen. (www.gom.be)

Overheidsinitiatieven	Privé-initiatieven	
Biotech Fonds Vlaanderen	AIP-Biotech Investment Partners	Dexia Bank België (Dexia Vantures)
BMI	Antwerps Innovatie Centrum	E-Capital Fund
GIMV	Arkos Fund	E-Merge
IWT-Vlaanderen	AXE Investments	Fagus
Kringloopfondsen	Baekeland Fonds	Falcon Found
LRM	Bank Degroof	Fin Co
Participatiefonds	Beluga	Food Equity Management
Sustainable Energy Ventures	Big Bang Ventures	Fortis Private Equity
	Brussels BI ³ Fund	Fundus
	Capricorn Venture Partners	Gemma Frisius Fonds
	Creafund II	Genius Fonds
	Deficom Group	Hefboom
	ING Belgium	IT-Partners

Risicokapitaal, Overzicht risicokapitaalverschaffers in Vlaanderen, publicatie van de gewestelijke ontwikkelingmaatschappijen, 2005

Voor de risicokapitaalverschaffers voorziet de Vlaamse overheid de Garantieregeling Risicokapitaal: De Garantieregeling Risicokapitaal wordt aangeboden door Waarborgbeheer NV, onderdeel van PMV-KMO. De regeling waarborgt erkende investeringsmaatschappijen - venture capitalists - dat de mogelijke verliezen die zij lijden op hun participaties in Vlaamse KMO's gedeeltelijk worden terugbetaald. Voor ondernemers op zoek naar risicokapitaal werkt de regeling volledig achter de schermen. Zij kunnen hun businessplan indienen bij een investeringsmaatschappij, zonder aan te geven dat er bij een mogelijke investering in hun onderneming gebruik moet worden gemaakt van de Garantieregeling Risicokapitaal. (www.ondernemen.vlaanderen.be)

- Vizo: Het Vizo voorziet in advies in verband met het Vlaamse participatiefonds. (www.vizo.be)

Inspiratiebronnen:

- PMV - facilitator: Participatiemaatschappij Vlaanderen heeft een bemiddelingsfunctie ontwikkeld waarbij ze bedrijven warm maakt om actief te participeren in startende ondernemingen. Ze zet voor beide partijen de doelstellingen op een rijtje en neemt de aanwezige drempels weg. (www.pmv.be)
- FICC: Het Fonds d'Investissement de la Culture et des Communications is een risicokapitaalfonds in Canada waarvan Sodec een belangrijke vennoot is. Het FICC treedt op als partner-investeerder, neemt aandelen of kent leningen toe. Een investering geldt voor het geheel van activiteiten. Het FICC laat zich bijstaan door andere investeerders en neemt vooroordelen van klassieke investeerders tegenover de cultuursector weg. (www.ficc.qc.ca)

Fiscale voordelen aan derden

Een overheid kan gunstmaatregelen nemen om een aantrekkelijk klimaat te scheppen voor geïnteresseerde investeerders om in startende galeries te investeren. De fiscale voordelen aan derden worden verder uitgewerkt in het hoofdstuk 'Ondersteuningsmodellen voor de STAKEHOLDERS'.

D. Kritische evaluatie

Prioriteiten

Voor de ondersteuning van de opstart van galeries zijn vooral de kredietvormen en de facilitator functie interessant. Participatie onder de vorm van start-up financiering is minder aangewezen.

Uit buitenlandse voorbeelden zoals Sodec blijkt dat de investeringsmaatschappij maar zelden zelf participeert in cultuurbedrijven, laat staan kleinschalige bedrijven als een galerie. [Overbergh, 14 maart 2005] Bovendien is de participatiemaatschappij in Nederland (PAKC) net om die reden opgehouden. Bij participatie wordt namelijk een zekere financiële return verwacht en dat is niet zo evident in de opstartfase van een galerie. [Van Schijndel, 5 april 2005] Het lijkt dus dat participatie door een culturele investeringsmaatschappij enkel kansen biedt als ze doelstellingen opstelt die de maatschappelijke return benadrukken, maar buitenlandse voorbeelden tonen aan dat de slaagkansen niet optimaal zijn. Participatie kan dus maar overwogen worden voor sterke, renderende ondernemingen met een goed management.

De rol van een investeringsmaatschappij als facilitator is evenwel interessant en wel om die redenen van meerwaarde die zijn beschreven in het hoofdstuk over Publiek-private samenwerking in de beeldende kunstensector deel I, hoofdstuk 3.3.C. De interesse van privé-

investeerdere in cultuur stijgt namelijk en een culturele investeringsmaatschappij is een ideale intermediair om geïnteresseerde partners bij elkaar te brengen.

Ook de kredietvormen blijken efficiënt en de meest aangewezen ondersteuningsvorm voor startende galeries. Het toekennen van leningen helpt galeries die geen lening bij de bank kunnen krijgen en de waarborgregeling zorgt voor een betere samenwerking met de financiële instellingen. De werking van Kunstenaars & Co in Nederland bijvoorbeeld loopt optimaal. De organisatie moet slechts zelden werkelijk de borg betalen en haar grootste verdienste ligt dan ook in het wegnemen van drempels zowel bij de financiële instellingen als bij de kunstenaars. Ook Sodec werkt op die manier en heeft zelfs participaties in de financiële instellingen waarmee ze samenwerkt.

Bestaande ondersteuningsvormen en de rol van een culturele investeringsmaatschappij

Zoals blijkt heeft de Vlaamse overheid reeds een groot aantal maatregelen genomen om startende ondernemingen te ondersteunen en te begeleiden. De coördinatie ligt echter niet in het departement cultuur en van enige samenwerking is nog niet veel sprake. De vraag is op welke manier een culturele investeringsmaatschappij hierin een rol kan spelen naar de galeries toe.

Er zijn drie mogelijkheden:

- Communicatie van de bestaande modellen naar de galeriesector toe.
- Overnemen van bepaalde modellen die een specifieke aanpak vragen. De bemiddeling tussen een galerie en een participatiefonds of een bedrijf bijvoorbeeld is niet hetzelfde als die tussen een doorsnee onderneming en een participatiefonds of een bedrijf. Een galerie is een cultuurbedrijf met culturele producten en diensten en met een specifieke werking. De bemiddeling met alliantiepartners vraagt een specifiek marktconform denken. Er moet dus overwogen worden om bepaalde bestaande tools in de investeringsmaatschappij op te nemen.
- Actieve samenwerking met bestaande instellingen als PMV, Vizo en de GOM's. Een investeringsmaatschappij kan bijvoorbeeld instaan voor de selectie van de galeries die in aanmerking komen voor begeleiding en ondersteuning bij genoemde instellingen of voor bestaande ondersteuningsmaatregelen. Op die manier formuleert de investeringsmaatschappij een aantal ondersteuningscriteria die de promotiegalerie onderscheidt van de kunsthandel.

Annex: Staatsteun aan ondernemingen

Men kan zich de vraag stellen of de steun van een culturele investeringsmaatschappij aan een onderneming niet onder de rechtsregels van concurrentievervalsing vallen. Er is diepgaand onderzoek nodig om hier een antwoord op te formuleren. Europa loopt hoog op met de vrije markteconomie. Vrije staten mogen niet tussen komen in die strijd. Staatsteun aan ondernemingen echter wordt gezien als het verstoren van de markt. [Demarez, 22 maart 2005] Op zich is staatssteun een complexe aangelegenheid in het EG-recht. Het wordt geregeld in artikelen 87-89. Het wordt gedefinieerd als 'steunmaatregelen van de staten of in welke vorm ook met staatsmiddelen bekostigd, die de mededinging door begunstiging van bepaalde ondernemingen of bepaalde producties vervalsen, onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt, voorzover deze steun het handelsverkeer tussen lidstaten ongunstig beïnvloedt.' [Vermeersch, 22 maart 2005]

Staatsteun is in bepaalde gevallen wel toegelaten.

- Eerst en vooral is er de minimis –verordening (verordening (EG) nr 69/2001 van de commissie van 12 januari 2001 betreffende de toepassing van de artikelen 87 en 88 van het EG-verdrag op de 'minimis-steun' P.B. 2001, L 10/30) [<http://europa.eu.int/pol/comp>]. De minimis-steun is steun die beneden een bepaalde drempelwaarde ligt (over een periode van 3 jaar, 100 000 euro), die het handelsverkeer tussen de lidstaten niet ongunstig beïnvloedt en de mededinging niet vervalst of dreigt te vervalsen.
- Ten tweede is het niet onwaarschijnlijk dat de culturele sector als niet-competitief wordt bestempeld en dat staatssteun geen probleem vormt.

De steun aan galeries kan verantwoord worden aan de hand van de minimis -verordening. 'Het argument van de niet-competitieve markt kan al veel minder gelden. Tenslotte opereert een galerie in de sector van de kunsthandel'. [Demarez, 22 maart 2005]

Een ander element dat verder bekeken kan worden zijn de regelingen van GATS en WTO. Problematisch is dat er verschillende regelingen voor cultuurproducten zijn uitgewerkt. Enerzijds diegene die ruimte willen laten voor een speciale behandeling van goederen en diensten in handelsovereenkomsten en anderzijds diegene die de circulatie van culturele goederen en diensten willen stimuleren door het opheffen van handelsbarrières. De maatregelen van GATS en WTO leggen de staatssteun van bedrijven sterk aan banden. [www.wto.org]

En dan is er ook nog UNESCO, het enige VN orgaan met een cultureel mandaat, dat pleit voor de vrijwaring van culturele diversiteit en ervoor pleit dat regionale/nationale regeringen stappen ondernemen om deze te beschermen. [<http://portal.unesco.org/culture>]

Voor een gedetailleerde uitleg over Europese regels inzake cultuurbeleid en mededingen, GATS, WTO en Unesco kan het studierapport over de culturele investeringsmaatschappij worden geraadpleegd. [DE BRABANDER, OVERBERGH, 2005, pp.68-77]

Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegalerie

PROSPECTIE EN SELECTIE

Prospectie en selectie zijn essentieel voor een galerie in het zoeken naar een profiel.

Een galeriehouders volgt het kunstgebeuren op het nationale en internationale niveau. Hij gaat naar tentoonstellingen, legt contacten met musea en andere galeries, hij bezoekt ateliers enz. Hierbij gaat hij na wat voor hem interessante zowel nationale als internationale kunstenaars en projecten zijn waarvoor hij zich kan engageren. Een galeriehouders gaat met andere woorden na wat voor zijn galerie interessante partners zijn om zijn symbolisch en vervolgens ook economisch kapitaal te verhogen.

Er wordt niet dieper ingegaan op ondersteuningsmodellen voor prospectie en selectie. De enige mogelijkheid ligt in het geven van subsidies om buitenlandse tentoonstellingen te bezoeken, maar dat valt buiten de bevoegdheid van een culturele investeringsmaatschappij. Prospectie en selectie kunnen aansluiting vinden bij de 'Ondersteuningsmodellen voor OPSTART, PROMOTIE en ONTWIKKELING.

Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegalerie

PRODUCTIE

A. Fasegerelateerde problemen

Betrokkenheid van de galerie in de productiefase

Een galerie doet voor de aanleg van een verzameling werken beroep op toeleveranciers. De twee belangrijkste zijn de kunstenaars waarmee ze werkt en andere galeries met wie ze samenwerkt. Van hen koopt de galerie kunstwerken of ze neemt ze werken voor een bepaalde periode in consignatie. In dit geval ligt de productie buiten de galerie. Soms gebeurt het echter dat een galerie de productie van de kunstenaars met wie ze werkt financieel ondersteunt waardoor de productiefase gedeeltelijk in de galerie wordt opgenomen. Dit is echter eerder sporadisch. 'Nochtans zien de galeries de tussenkomst in de productie als een manier om kunstenaars aan zich te binden.' [Adriaan Raemdonck, 2005].

Investeringsbeleid van de Vlaamse overheid

De overheid voorziet subsidies voor kunstenaars voor de productie van werken. Dit kadert in het direct productiegericht ondersteuningsbeleid van de overheid zoals beschreven in deel I, hoofdstuk 1.1. Die subsidies worden toegekend onder de vorm van projectsubsidies,

ontwikkelingsgerichte subsidies of creatieopdrachten. In het geval van de projectsubsidies zijn een aantal merkwaardige vaststellingen te maken. Projectbeurzen worden toegekend aan kunstenaars ter ondersteuning van de realisatie van een specifiek project. Ze kunnen aangevraagd worden voor de presentatie of reflectie van een oeuvre of de productie van een specifiek werk. [Nieuwsbrief beeldende kunst april 2005, p.5] Nu is het voor grote projecten van gevestigde kunstenaars soms interessanter om meer investeringsgericht te denken. Een Vlaamse overheid die investeert in grote op winst gerichte projecten kan aanspraak doen op een return on investment. [Van Steenkiste, 28 februari 2005] Tenslotte is het niet onwaarschijnlijk dat andere partners die bij een project betrokken zijn dat ook doen.

Productiekwaliteit

De financiële middelen voor de productie van werken zijn vaak ontoereikend. Het geld is niet altijd voor handen en subsidies kunnen vaak niet alle kosten dekken. De kwaliteit van de geproduceerde werken is daardoor soms ondermaats.

B. Doelstelling

- Investeringsbeleid van de Vlaamse overheid optimaliseren.
- Betrokkenheid van de galerie in de productiefase optimaliseren.
- Extra financieringsbronnen aanboren om de kwaliteit van de kunstwerken te verzekeren.

C. Modellen

Projectparticipatie

Een overheid kan tussenkomen in grote projecten met de eis tot een return on investment. De overheid investeert net als de mogelijke andere partners waaronder minstens de kunstenaar en de galerie en de return wordt bepaald afhankelijk van het aantal spelers en de doelstellingen van het project.

- Aantal partners zijn per project te bepalen. Mogelijke partners (behalve de galerie en de kunstenaar) kunnen verzamelaars, bedrijven of musea zijn.
- De doelstellingen zijn een belangrijk aandachtspunt. Het kan gaan om een project met commerciële partners en commerciële doelstellingen. Er kan ook een project opgestart worden zonder partners behalve de kunstenaar en de galerie met commerciële doelstellingen. De overheid kan hier de eis van een aanzienlijke financiële return stellen

bij de verkoop van het werk. Zijn er echter maatschappelijke doelstellingen en slaagt de galerie er bijvoorbeeld in om het project gericht in het beeldende kunstennetwerk te plaatsen (bijvoorbeeld de openbare ruimte van een belangrijke Europese regio, of de verkoop aan een groot museum) dan kan de overheid afzien van haar financiële return en de return in de maatschappelijke meerwaarde zien. Zijn er in dit laatste geval externe partners bij het project betrokken, dan zullen er specifieke afspraken gemaakt moeten worden. 'Zolang het werk geen bestemming heeft, blijft het gedeeltelijk in het bezit van de Vlaamse overheid.' [Van der Brempt, 2004a, p.2]

Bronnen

Bestaande modellen

- Projectbeurzen: projectbeurzen worden toegekend aan kunstenaars ter ondersteuning van de realisatie van een specifiek project. Ze kunnen aangevraagd worden, zowel voor de presentatie van een oeuvre, de reflectie over een oeuvre als voor de productie van een specifiek werk. (Nieuwsbrief beeldende kunst maart – april 2005: www.wvc.vlaanderen.be/beeldendekunst/NIEUWSBRIEF.htm)

Fonds

De oprichting van een productiefonds laat toe tussen te komen in de productie van kunstwerken. Het verschil met de projectparticipatie is dat bij de oprichting van een fonds meestal verschillende investeringspartners betrokken zijn (bijvoorbeeld financiële instellingen) en dat de afhankelijkheid van financiële doelstellingen bijgevolg vergroot.

Facilitator

Een Culturele Investeringsmaatschappij kan investeerders warm maken om tussen te komen in projecten. Hier wordt op teruggekomen in de 'Ondersteuningsmodellen voor de Stakeholders'.

D. Kritische evaluatie

Projectparticipaties zijn overeenkomsten tussen de overheid en een kunstenaar. Men kan zich afvragen waarom een galerie betrokken moet worden bij een samenwerkingsmodel tussen een kunstenaar en de overheid. Er zijn twee redenen:

- Een galerie kan gezien worden als het management bureau van een kunstenaar. Dat wil zeggen dat haar betrokkenheid in de alliantie garant staat voor de professionele opvolging ervan. Ze functioneert als een soort controle- en opvolgingsorgaan. Ze kan instaan voor specifieke functies en dit in de eerste plaats voor de plaatsing van het gerealiseerde project in het beeldende kunstennetwerk. Als het project gerealiseerd wordt in samenwerking met meerdere partners kan de galerie bijvoorbeeld voor de communicatie instaan.

- Ten tweede is zoals eerder gesteld productieparticipatie voor de galerie een manier om de afhankelijkheid van kunstenaars aan de galerie te vergroten. De verplichting van overheidswege aan een kunstenaar om voor een project ook de samenwerking met de galerie aan te gaan is hier een middel om de samenwerking te stimuleren.

Vervolgens kan men zich de vraag stellen waarom de projectsubsidies in bepaalde gevallen via de culturele investeringsmaatschappij kunnen verlopen. Dit is noodzakelijk wil men investeringsgericht denken. In het subsidiesysteem is het mogelijk bepaalde maatschappelijke eisen aan een project te stellen maar een financiële return on investment is uitgesloten. Bovendien is het mogelijk fondsen op te richten waarbij de overheid zelf financiële partners kan aantrekken. Een regeling via een investeringsmaatschappij als complementair systeem bij de subsidieregeling opent bijgevolg meer mogelijkheden.

De rol van facilitator dient vooral bekeken te worden in het licht van de structurele verhoging van de kwaliteit van de producties. Het aanboren van grote nieuwe financiële bronnen via de stakeholders om in de productie te investeren betekent op termijn de plaatsing van kwalitatief hoogstaande werken in het beeldende kunstennetwerk. Bedrijven en particulieren kunnen gerichte investeringen in projecten doen met een return on investment en bovendien is de professionele opvolging door de galerie mogelijk. Het zal blijken in de 'Ondersteuningsmodellen voor STAKEHOLDERS' dat deze manier van werken nauw aanleunt bij het systeem van de creatieopdrachten.

Ten slotte dient opgemerkt dat in deze ondersteuningsmodellen vooral de productiefase van goederen is bekeken. Evengoed kan men projecten bekijken als de ontwikkeling van diensten. Die worden echter ondergebracht in de ondersteuningsmodellen voor promotie en export.

Ondersteuningsmodellen Vlaamse Promotiegalerie

PROMOTIE

Galeries spelen een cruciale rol in de nationale en internationale promotie van de kunstenaars die ze vertegenwoordigt. Er worden foto's en dossiers gestuurd naar mensen. Ze zorgen voor de vertegenwoordiging op beurzen, leggen contacten met buitenlandse galleries, ze organiseren tentoonstellingen en verzorgen publicaties. De promotie is essentieel omdat het in de eerste plaats een middel is om allianties aan te gaan. Deze allianties zijn een cruciale voorwaarde voor de verkoop en dus voor de ontwikkeling van de nationale en internationale markt. De galleries spelen echter een marginale rol op de internationale markt net omdat in de eerste plaats de middelen en kennis voor een gedegen promotiebeleid ontoereikend zijn.

Er zijn drie essentiële marketingtools voor een Vlaamse Promotiegalerie: De kunstbeurzen, tentoonstellingen, catalogussen en publicaties.

A. Fasegerelateerde problemen

➤ Kunstbeurzen

Een kunstbeurs is het forum van de galeries. Het is een professionele ontmoetingsplaats en de ideale gelegenheid om je als galerie een profiel aan te meten en buitenlandse galeriehouders te ontmoeten. De galeries betalen er echter veel geld voor een stand. [De Keyser, 6 mei 2005, Lohaus, 9 mei 2005]. De Vlaamse overheid voorziet reeds in een subsidiesysteem voor galeries maar de galeriehouders vinden dit systeem niet toereikend. Maximum de helft van de kosten worden terugbetaald en de procedure is erg omslachtig omdat het subsidiegeld veel te laat wordt gestort. In sommige gevallen kan de galerie een lening aangaan bij een bank (in afwachting van de subsidie) om de beurskosten te betalen maar daarop moet uiteraard rente worden betaald waardoor het subsidiebedrag aanzienlijk daalt.

Voor jonge beginnende galeries is het gewoon onmogelijk om de financiële middelen voor een beurs te verzamelen.

➤ Tentoonstelling

De galerie wordt steeds belangrijker als intermediair in het veld van de beeldende kunsten. Ze wordt hoe langer hoe meer beschouwd als platform waar discussie en tonen centraal staan. Het creatief uitbouwen van grote en inhoudelijk sterke tentoonstellingen is dan ook essentieel. [De Beir, 16 april 2005] Zeker als men de doelstellingen betreffende 'een ontwikkelingsgericht beleid' en 'de artistieke werkstad Vlaanderen' uit deel I, hoofdstuk 2 in het achterhoofd houdt. Het hoeft echter geen betoog dat sterke tentoonstellingen ook veel geld kosten. De internationale samenwerking is voor de galeries immers van groot belang. De galeriehouders opteren er immers voor Vlaamse kunstenaars tussen hun internationale collega's te tonen. [Lohaus, 9 mei 2005]

➤ Catalogen en Publicaties

Publicaties en catalogi zijn essentieel voor het internationale promotiebeleid van galeries. Een catalogoog wordt per tentoonstelling op gemiddeld 1000 exemplaren (in eigen beheer) gedrukt waarvan er 400 internationaal verspreid worden, 100 naar de instellingen gaan (op basis van ruil) en 500 voor particulieren voorzien zijn. Het hoeft geen uitleg dat het uitgeven in eigen beheer een groot risico vraagt en veel geld kost. Zeker nu de regeling rond

auteursrechten verstrengt. Er is reeds een leenvergoeding maar die is erg klein. Voor veel galeries zijn de financiële middelen dan ook ontoereikend om een gedegen publicatiebeleid te volgen. [Coucke, 29 maart 2004]

B. Doelstelling

- Door een structureel promotiebeleid de marginale rol die de meeste Vlaamse promotiegaleries op de nationale en internationale markt spelen tegengaan en oplossen. Dit door galeries te stimuleren tot internationale contacten en samenwerking voor de presentatie van hedendaagse beeldende kunst uit Vlaanderen in het buitenland, met het oog op een internationale positieverbetering van deze kunst.
- De kunstmarkt stimuleren door galeries te ondersteunen, hun cliënteel aan te vullen en nieuwe markten te ontwikkelen. De verspreiding van kunstwerken bevorderen van onbekende artiesten of avant-garde kunstenaars die een financieel risico betekenen voor de galerie.

C. Modellen

➤ Kunstbeurzen

Subsidies/Fondsen

De meest evidente oplossing voor het beursprobleem is het verhogen van de subsidies tot 100% van de kosten. Een andere mogelijkheid die in dezelfde lijn ligt is de oprichting van een fonds binnen de culturele investeringsmaatschappij voor de volledige ondersteuning van kunstbeurzen.

Factoring/overbruggingskredieten

Het geld van de subsidies wordt volgens de meeste galeries te laat gestort. Een culturele investeringsmaatschappij kan tussenkomen door het geld aan de galerie voor te schieten en zelf de subsidie in ontvangst te nemen. Ook kan ze voorzien in overbruggingskredieten om de leemte tussen de toekenning en de ontvangst van subsidies te overbruggen.

Bronnen

Bestaande modellen

- Subsidies voor kunstbeurzen: Enkele galeries kunnen binnen deze regeling een aanvraag indienen voor financiële ondersteuning. In de algemene regeling wordt een participatie aan een buitenlandse beurs die als valabel wordt beschouwd tot 50% (max. 3000 euro) ondersteund. In de bijzondere regeling worden een

aantal beurzen geselecteerd die tot 50% (max. 6000 euro) worden terugbetaald. (Nieuwsbrief beeldende kunst maart – april 2005: www.wvc.vlaanderen.be/beeldendekunst/NIEUWSBRIEF.htm)

Inspiratiebronnen

- Oostenrijk: Subsidies aan galeries: Overheidssubsidies worden toegekend aan galeries voor hedendaagse kunst onder de voorwaarde dat de toelage niet naar projecten met een puur commerciële focus gaat, maar naar projecten die een ruim publieke informeren over trends en ontwikkelingen in de internationale kunstscène. In 2002 is in samenwerking met de galerieassociatie een programma ontwikkeld om de deelname van Oostenrijkse galeries aan kunstbeurzen te ondersteunen. Onder bepaalde voorwaarden kunnen de galeries subsidies krijgen om een stand te betalen op drie kunstbeurzen per jaar. Het ondersteuningsmodel komt praktisch volledig overeen met het Belgische, met dit verschil dat de selectie van de beurzen elk jaar in samenwerking met 'The Association of Austrian Modern Art Galleries' gebeurt. Ook de Oostenrijkse galeries vinden de betoelaging ontoereikend. [Joseph Sekcy, 22 maart 2005] (www.bundeskanzleramt.at)
- Sodec: Sodec heeft haar ondersteuningssysteem voor galeries voor buitenlandse kunstbeurzen (eveneens ter vergelijken met het Vlaamse systeem) ondergebracht in 'Sodec-export'. Sodec heeft voor haar ondersteuningsbeleid een aantal fondsen opgericht. Er wordt hier dieper op ingegaan in de 'Ondersteuningsmodellen betreffende EXPORT'. (www.sodec.gouv.qc.ca)

➤ Tentoonstellingen

Subsidies/Fondsen – factoring/overbruggingskredieten

Het verlenen van subsidies voor het organiseren van projecten is reeds gangbaar in het Vlaamse cultuurbeleid. Ook hier kan de overheid tussenkomen als factor, overbruggingskredieten verlenen of fondsen oprichten voor een tentoonstellingsbeleid.

Vastgoed/Onroerende leasing

Een culturele investeringsmaatschappij kan investeren in vastgoed waaronder tentoonstellingsruimtes. Deze kan ze ter beschikking stellen van galeries of leasen.

Participatieve PPS

Er kan overwogen worden om vanuit de culturele investeringsmaatschappij een nieuwe onderneming op te richten met de galeries als partners om de organisatie van grote tentoonstellingen mogelijk te maken.

Bronnen

Bestaande modellen

- Projectsubsidies organisaties beeldende kunst: Organisaties die binnen het beeldende kunstendecreet niet op subsidies kunnen rekenen voor het geheel van hun werking mogen voor projecten beroep doen op projectsubsidies. Belangrijk daarbij is dat die organisaties zowel over een commercieel als een niet-commercieel karakter mogen beschikken. (www.wvc.vlaanderen.be/regelgevingcultuur/wetgeving/kunstendecreet)

Inspiratiebronnen

- Sodec présentation: Sodec heeft een programma ontwikkeld ter ondersteuning van de nationale en internationale kunstmarkt. Daarin worden tentoonstellingen, activiteiten die de artiesten op de markt brengen, publicaties van de galerie rond professionele nationale artiesten of activiteiten die de naambekendheid van professionele nationale artiesten vergroot ondersteund. Dit programma omvat twee delen: Sodec-présentation en Sodec-exportation. Op het tweede luik wordt dieper ingegaan in de 'Ondersteuningsmodellen voor EXPORT'. Wat tentoonstellingen betreft wil Sodec de nationale markt stimuleren door tussen te komen tot 50% van de kosten van tentoonstellingen van de professionele artiesten verbonden aan de galerie. De activiteiten moeten rechtstreeks in verband staan met het stimuleren van de kunstmarkt. Tentoonstellingen met museologisch karakter en biënnales komen niet in aanmerking. (www.sodec.gouv.qc.ca)

➤ Publicaties en catalogi

Subsidies/Fondsen – factoring/overbruggingskredieten

Het verlenen van subsidies voor publicaties is reeds gangbaar in het Vlaamse cultuurbeleid. Ook hier kan de overheid tussenkomen als factoring, overbruggingskredieten verlenen of fondsen oprichten voor een tentoonstellingsbeleid. Voor het maken en verdelen van catalogi is echter geen structurele regeling.

Voordelen aan uitgeverijen

De ondersteuning van uitgeverijen die met de galerie willen samenwerken om een professioneel publicatiebeleid op te starten kan zorgen voor de structurele versteviging van de allianties.

Bronnen

Bestaande modellen

- Publicatiebeleid Vlaamse regering: Voor periodieke publicaties van tijdschriften kunnen werkingssubsidies worden aangevraagd binnen het kunstendecreet. Voor de eenmalige publicatie van catalogi kan men beroep doen op werkingssubsidies. (www.wvc.vlaanderen.be/regelgevingcultuur/wetgeving/kunstendecreet)

Inspiratiebronnen

- Oostenrijk: In 1996 waren subsidies voor commerciële galeries gebaseerd op een model van publicatie subsidies om de marktorientatie van galeries te vergemakkelijken. Publicatie subsidies: sinds 1992 kunnen Oostenrijkse uitgeverijen ondersteuning krijgen voor speciale publicaties. Ze moeten aan bepaalde voorwaarden voldoen om in aanmerking te komen, en de voorkeur wordt gegeven aan nationale publicaties. Ook seminaries en beroepsverenigingen kunnen ondersteuning genieten. (www.bundekanzleramt.at)
- Sodec présentation: De ondersteuningsmaatregelen van Sodec-présentation houdt ook de ondersteuning van publicaties in. (www.sodec.gouv.qc.ca)

D. Kritische evaluatie

➤ Kunstbeurzen

De volwaardige ondersteuning voor galeries om op buitenlandse beurzen zijn kunstenaars te promoten is van essentieel belang voor alle galeriehouders. Het is echter voor een investeringsmaatschappij niet evident om hier met oplossingen te komen. Het is namelijk zeer onwaarschijnlijk dat de Vlaamse overheid een deel van het subsidiesysteem in de investeringsmaatschappij onderbrengt. [Van der Brempt, 24 maart 2005, Van der Hertem, 29 maart 2005] Het factoring systeem of het verlenen van overbruggingskredieten aan een aantrekkelijke rente biedt hier de beste oplossing. Ook kan de oprichting van fonds overwogen worden wat op hetzelfde neerkomt als het subsidiesysteem behalve dat er investeerders moeten aangetrokken worden om een fonds op te richten. De meerwaarde is dezelfde als bij de subsidies, namelijk de optimalisatie van de nationale en internationale kunstmarkt en de toegang tot de markt voor diverse beeldende kunstenaars garanderen. [Nieuwsbrief beeldende kunst, p. 17]

In Oostenrijk wordt beroep gedaan op de beroepsvereniging van galeriehouders voor de selectie van de beurzen waarvoor ondersteuning wordt geboden. De samenwerking tussen de beroepsvereniging (het BUP) en de overheid is ook in Vlaanderen erg gewenst.

➤ Tentoonstelling

Wat de tentoonstellingen betreft zijn subsidies de meest aangewezen ondersteuningsvorm. Er kan nagedacht worden over specifieke ondersteuningsvoorwaarden. De internationale allianties zijn voor de galeriehouders erg belangrijk en moeten dan ook gestimuleerd worden. Dit kan door het gezamenlijk tentoonstellen aan te moedigen. Men kan er dus rekening mee houden in de voorwaarden die men aan de galeries stelt om voor ondersteuning in

aanmerking te komen, dat ze een aantal buitenlandse kunstenaars in haar tentoonstellingen moet opnemen of omgekeerd, dat ze Vlaamse kunstenaars in buitenlandse tentoonstellingen moet weten te plaatsen en hiervoor ondersteuning verlenen. Dit hangt nauw samen met het export beleid dat Sodec ontwikkeld heeft.

Het loont de moeite ook na te denken over een participatief samenwerkingsmodel met de Vlaamse promotiegaleriën. Zeker als men rekening houdt met de doelstelling die in deel I naar voren is geschoven in verband met 'Artistieke werkstad Vlaanderen' lijkt een organisatie die een actief tentoonstellingsbeleid in samenwerking met alle galeriën uitbouwt geen overbodige luxe. De samenwerking met de musea en vooral met de kunsthall die Vlaanderen rijk is kan overwogen worden.

Doordat Vlaanderen over een kunsthall beschikt lijkt het investeren in vastgoed geen prioriteit. Behalve misschien in de regio's waar de beeldende kunst nog niet echt op een tentoonstellingsbeleid kan rekenen.

➤ Publicatie

Goede publicaties zijn voor de galeriën de aangewezen manier om relaties met stakeholders aan te gaan of te verstevigen. Buitenlandse galeriën kunnen bijvoorbeeld met een publicatie overtuigd worden van een Vlaamse kunstenaar en zich verantwoordelijk stellen voor de ondersteuning van die kunstenaar in het land van de galerie. Op hun beurt duidt de buitenlandse galerie de Vlaamse als vertegenwoordiger van hun kunstenaar aan.

Ook verzamelaars en musea zijn gevoelig voor goede publicaties.

Het ondersteunen van de structurele samenwerking met erkende uitgeverijen en goede distributeurs voor de discursieve productie in catalogi kan een ruimer draagvlak genereren. [Gielen, Laermans, 2004, p. 146] Vooral de relatie met stakeholders dient dus te worden verstevigd om het publicatiebeleid te optimaliseren. Niet enkel de uitgeverijen vallen daar onder maar bijvoorbeeld ook de musea.

Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleriën

EXPORT/VERKOOP

A. Fasegerelateerde problemen

De Vlaamse promotiegalerie speelt vaak een marginale rol op de internationale markt. De buitenlandse concurrentie is groot en de Vlaamse galeriën hebben niet genoeg slagkracht om die

concurrentie aan te kunnen. Zoals in het vorige ondersteuningsmodel gesteld is promotie van essentieel belang voor de galeries. Dit hangt echter samen met een stevig ontwikkeld exportbeleid voor de internationale vernetwerking.

Niet enkel worden de beeldende kunsten daardoor op de internationale kaart geplaatst, de hedendaagse kunst in Vlaanderen kan ook uitgroeien tot een belangrijk exportproduct.

B. Doelstelling

Bevoordelen en ondersteunen van het handelsverkeer in het domein van de kunst en stimuleren van de buitenlandse kunstmarkt voor de nationale kunstenaar.

C. Modellen

Consulting en coaching

Het opstarten van handel met buitenlandse partners kan vaak meer succesvol verlopen als een galerie hiervoor begeleiding krijgt.

Voordelen aan derden voor verkoop

Er zijn tal van gunstmaatregelen om de kopersgroep van een galerie te bevoordelen. Hier wordt dieper op ingegaan bij de 'Ondersteuningsmodellen voor de STAKEHOLDERS' omdat het een PPS-model betreft waar de overheid als facilitator tussenkomt en niet rechtstreeks de galerie ondersteunt.

Bronnen

Bestaande modellen

- Export Vlaanderen: Export Vlaanderen wil het internationaal ondernemen van Vlaamse bedrijven stimuleren van de opstart tot de consolidatie. Ze wil daardoor een belangrijke bijdrage leveren aan de internationale ontwikkeling van de Vlaamse economie. Export Vlaanderen beschikt daarvoor over provinciale exportcentra en een internationaal netwerk. In de exportcentra kunnen ondernemingen terecht die met export willen starten of die steun of advies nodig hebben. Men kan er terecht voor uitleg over het dienstenpakket Export Vlaanderen (actieprogramma, exportmeter, exportbrief), het aanvragen van financiële steun (voor beursdeelname, prospectiereis), vragen over exporteren in het algemeen (marktselectie, marktbenaderingstrategieën), vragen over buitenlandse markten (economische toestand, handelsgebruiken, kansrijke sectoren), marktonderzoeken en gegevens potentiële importeurs.
 - Diensten Export Vlaanderen:
 - Advies en begeleiding: *Start Export*: Als een onderneming actief wil exporteren maar daarvoor niet over de nodige expertise beschikt is het aangewezen beroep te doen op een exportcentrum.
 - / *Nieuwe markten veroveren*: Voor het toetreden op nieuwe markten biedt export Vlaanderen Explus 1-landenworkshop aan en Explus Flash.

- Financiële steun: Export Vlaanderen heeft van de Vlaamse regering de opdracht gekregen om de exportinitiatieven van het Vlaamse bedrijfsleven te ondersteunen, te begeleiden en te stimuleren. Eén van de middelen bij uitstek daartoe, is het toekennen van subsidies voor exportbevorderende initiatieven: financiële steun voor een prospectiereis, voor de deelname aan een beurs, voor de aankoop van een lastenboek en voor de oprichting van een prospectiekantoor.

- Export Vlaanderen als kenniscentrum over de multilaterale financiële instellingen en hun zakelijke opportuniteiten

Inspiratiebronnen

- Sodec-export: Sodec-export is het tweede luik in het programma van Sodec ter ondersteuning van de kunstmarkt. Het eerste luik – tentoonstellen - had tot doel de nationale markt te stimuleren, export doet dat voor de buitenlandse markt. Sodec wil tussenkomen tot 50% van de kosten voor ondernemingen die geïnteresseerd zijn om deel te nemen aan beurzen of salons buiten Québec en het opstarten van handel met buitenlandse ondernemingen met commerciële doeleinden. Ook het organiseren van tentoonstellingen in een buitenlandse galerie hoort tot de mogelijkheden. Ook is er de mogelijkheid om aan prospectie en selectie te doen. Zoals eerder gesteld is het export beleid nauw verbonden aan het promotiebeleid van Sodec. (www.sodec.gouv.qc.ca)

D. Kritische evaluatie

De markt van de beeldende kunst kan een belangrijke rol spelen in de Vlaamse economie. Dit zowel op nationaal als internationaal niveau. De begeleiding van de export door de overheid lijkt kansen te creëren om de Vlaamse economie nieuwe impulsen te geven. Daarvoor kan de culturele investeringsmaatschappij de samenwerking aangaan met de daartoe bevoegde instantie: Export Vlaanderen. De samenwerking met de beroepsvereniging (BUP) en de belangenvereniging voor beeldende kunst (VOBK) kan tevens overwogen worden.

Voor de interne markt zijn stimulansen voor de kopersgroep prioritair. Het betreft een aantal stakeholders van de galerie en er wordt in de 'Ondersteuningsmodellen voor STAKEHOLDERS' dieper op ingegaan.

Ondersteuningsmodellen Vlaamse promotiegaleriën

ONTWIKKELING

A. Fasegerelateerde problemen

De faseproblemen omtrent ontwikkeling kunnen op twee domeinen gesitueerd worden:

- Succesvolle ondernemingen met onvoldoende impulsen om te groeien: Galeriestandhouders in de uitbouwfase hebben vaak niet de nodige impulsen om te verder te ontwikkelen. Innovatie

vraagt slagkracht, bestaanszekerheid en financiële zekerheid. Een gebrek daaraan betekent dat een uitbreiding van de activiteiten uitblijft en dat mogelijke strategische nationale en internationale allianties niet worden aangegaan. 'Een opvallend fenomeen in de sector is dat fusies of reorganisaties uitblijven.' [Jansen 2001, p.12]

- Bedreigde belangrijke ondernemingen dreigen te verdwijnen: Succesvolle galeries kunnen in de problemen komen door bijvoorbeeld een inzinking van de kunstmarkt. Er zijn voor de galeries geen vangnetten voorzien waardoor belangrijke promotiegalleries soms uit het beeldende kunstennetwerk verdwijnen.

B. Doelstelling

- Ondersteunen van de ontwikkeling van erkende galeries voor de kwaliteit van hun activiteiten, de promotie en verspreiding van werken van nationale kunstenaars.
- Streven naar schaalvergroting voor de galeries in termen van groeiende omzet, meer personeel en uitbreiding van activiteiten.

C. Modellen

Participatie

- Groeifinanciering: Financiële tekorten voor de ontwikkeling van een galerie kunnen aangevuld worden door het verschaffen van groeikapitaal. Een culturele investeringsmaatschappij kan hier zelf in voorzien en een (minderheids)participatie nemen in de onderneming. Ze kan een begeleidende rol spelen in het management van de galerie.
- Vervolginvestering: Financiering verstrekt aan een galerie die vroeger reeds risicokapitaal financiering kreeg.
- MBI/MBO: De financiering van een MBO/MBI is vooral bedoeld voor middelgrote galerie met een sterke marktpositie en/of groeimogelijkheden en een stevig management.

Bronnen

Inspiratiebronnen

- Sodec - steun aan cultuurbedrijven/galleries: zie 'Ondersteuningsmodellen OPSTART'

- GIMV: - Via groeikapitaal neemt GIMV minderheidsparticipaties waardoor de aandeelhoudersstructuur van de onderneming niet fundamenteel wijzigt. GIMV is bereid de groei van de onderneming te ondersteunen, onafhankelijk van het stadium van de levenscyclus waarin ze zich bevindt
- Bij MBO/MBI ontstaat daarentegen een nieuwe aandeelhoudersstructuur waarbij GIMV zelf - eventueel samen met andere private equity-spelers – de meerderheid van de onderneming kan verwerven. MBO/MBI wordt gerealiseerd met behulp van durfkapitaalfondsen (equity, mezzanine, venture) (www.gimv.be)
- Creative Advantage Fund (UK): The CAF is een risicokapitaalfonds dat de creatieve industrie in Engeland ondersteunt. De investeringen gebeuren op basis van een commerciële return maar die gelden worden onmiddellijk geïnvesteerd in creatieve ondernemingen. (www.creative-advantage-fund.co.uk)
- PAKC: De Participatiemaatschappij voor kunst en cultuur (PAKC) was een privé-initiatief met veel privé-kapitaal en voornamelijk commerciële partners. Het PAKC nam enkel participatie in cultuurbedrijven. Er werd echter een rendement van 8% verwacht voor de investering in kleine bedrijven. Grote bedrijven wou het PAKC rendabel maken. Omwille van de eis van een groot rendement is het PAKC opgeheven.

Kredieten

- (Renteloze) lening: zie Ontwikkelingsmodel OPSTART
- Borgstelling voor een lening: zie Ontwikkelingsmodel OPSTART
- Investeringskrediet: Het krediet wordt ter beschikking gesteld van galeries om investeringen op lange termijn in kader van groei te realiseren. Er kan worden opgenomen naarmate de investering gerealiseerd wordt.

Bronnen

Zie 'Ondersteuningsmodel OPSTART'. De diensten die de opstart van ondernemingen vergemakkelijken bieden meestal ook middelen aan voor de ontwikkeling.

Bedrijfsadvies

Galeries die op de rand van belangrijke ontwikkelingen staan of die een andere koers willen varen hebben vaak nood aan professioneel advies. Er kan beroep gedaan worden op Arkimedes, het Vizo en de GOM's.

Bestaande Modellen

- Arkimedes (onderdeel van PMV-KMO): Advies aan bestaande KMO's:
 - Adviescheques: De adviescheque is een subsidiemaatregel die ondernemingen de mogelijkheid geeft om externe knowhow aan te trekken tegen een verminderde prijs. De Vlaamse overheid wil hiermee kwaliteitsvol bedrijfsadvies aan kleine en middelgrote ondernemingen stimuleren.
 - Opleidingscheques: Via opleidingscheques betaalt de Vlaamse overheid de helft van de opleidingskosten voor ondernemers die zich willen bijscholen. (www.pmv-kmo.be)

- Vizo: Bij Vizo-bedrijfsadvies kunnen bestaande ondernemingen beroep doen op bedrijfsadviseurs voor bedrijfseconomisch advies. Er wordt advies verleend in verband met doorlichting van de onderneming, advies in het kader van uitbreiding of nieuwe vestiging, organisatieadvies, advies bij het maken van strategische keuzes. Indien nodig wordt doorverwezen naar een privé-consultant. (www.vizo.be)
- GOM: zie 'Ondersteuningsmodellen OPSTART'.

Facilitator

Samenwerking met risicokapitaalfondsen of andere geïnteresseerde investeerders. Zie 'Ondersteuningsmodellen OPSTART'.

Bronnen

Zie 'Ondersteuningsmodellen OPSTART'.

Fonds - Early stagefinanciering

Financiering aan galeries die de fase van prospectie en selectie achter de rug hebben en die bijkomende geldmiddelen nodig hebben om de commerciële productlancering en verkoop te kunnen aanvatten. Galeries in een dergelijk stadium van ontwikkeling genereren nog geen winst.

Fiscale voordelen aan derden

Zie Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS.

D. Kritische evaluatie

➤ Bedreigde belangrijke ondernemingen die dreigen te verdwijnen ondersteunen

Het is voor een galerie met problemen van belang het rollend fonds in leven te houden. Het geven van impulsen onder de vorm van leningen of via een investeringsfonds opgericht binnen de culturele investeringsmaatschappij kan hieraan tegemoetkomen. De investering moet gezien worden als het gezond maken van belangrijke cultuurbedrijven en dus uitgedrukt in termen van maatschappelijke return. Op termijn kan geïnvesteerd worden in de galerie om de uitbouw te ondersteunen en kan er ook gedacht worden aan een financiële return.

➤ Succesvolle ondernemingen impulsen geven om te groeien

Kredieten kunnen tegemoet komen aan de wens van een gezonde galerie om aan uitbreiding te doen. Ze kunnen gebruikt worden voor het aanboren van nieuwe markten, de ontwikkeling van nieuwe concepten of producten, export, het openen van nieuwe verkooppunten, de

samenwerking met of de verwerving van buitenlandse galeries en het oprichten van galeries die nieuwe niches beogen. Kredieten blijken ook bij de modellen voor OPSTART een belangrijke ondersteuning te kunnen bieden.

Bij de modellen voor OPSTART is het idee van participatie verworpen. Om succesvolle ondernemingen te ondersteunen is het idee van participatie echter al veel interessanter. Een cultuurbedrijf dat van innovatiekracht getuigt en het vermogen heeft om in te spelen op de markt en kansen te grijpen biedt interessante mogelijkheden voor investeerders. Het verschaffen van risicokapitaal kan bijvoorbeeld door een MBO/MBI of door het verschaffen van groeikapitaal. Bij een MBO/MBI gaat de culturele investeringsmaatschappij een actieve rol spelen in het management van een galerie. Ze neemt een deel van het bestuur over. Bij het verlenen van groeikapitaal houdt ze zich eerder afzijdig. Afhankelijk van het project kan bekeken worden welke externe partners aangetrokken kunnen worden. Het is niet onwaarschijnlijk dat bedrijven in een gezonde culturele onderneming kunnen investeren of dat zelfs particulieren, zoals kapitaalkrachtige verzamelaars, dit op zich willen nemen. Hiervoor vervult een culturele investeringsmaatschappij enerzijds de rol van facilitator en kan ze anderzijds een gunstregime creëren om buitenstaanders aan te zetten tot verschaffen van risicokapitaal. Er dient echter opgemerkt te worden dat er een probleem is op het gebied van de vennootschapsstructuur van de galeries.

Annex: vennootschapsstructuren [Van Acker, 2005]

Participatie modellen ter ondersteuning van de Vlaamse galeries brengen met zich mee dat de geïnteresseerde investeerder een grote rol speelt in het bestuur van de onderneming. De meeste galeries zijn echter kleine familiebedrijfjes opgericht als BVBA's (of eenmansvennootschappen) (sommigen opereren zelfs als VZW maar deze zijn dan ook uitgesloten van de groep van de promotiegalleries waarvoor winstgevendheid een onderscheidingscriterium is). Door deze vennootschapsstructuur is externe controle niet evident en zijn de participatiemogelijkheden beperkt. Een vergelijking tussen de BVBA structuur en de NV structuur toont aan waar de problemen en dus ook de mogelijkheden liggen.

Vergelijking structuur BVBA-NV

De basisstructuur van deze vennootschappen loopt grotendeels parallel: beide hebben een algemene vergadering (AV), waar de leden - vennoten of aandeelhouders - hun stem kunnen uitbrengen. Beide hebben een bestuursorgaan, de raad van bestuur (RVB) dat, in opdracht van de aandeelhouders, de vennootschap bestuurt. Daarnaast kan het bestuursorgaan bepaalde personen met een bijzonder bestuursopdracht aanduiden.

Deze fundamentele gelijkenissen mogen de aanzienlijke verschillen niet verhelen.

Bestuur

Het bestuur wordt door de algemene vergadering (AV) aangeduid. Er zijn geen wettelijke regelingen in verband met de samenstelling van het bestuur. Iedereen kan bestuurder zijn. Bij een BVBA wordt de bestuurder echter meestal statutair

bepaald, met als gevolg dat de procedure om de bestuurder bij wanbeleid te ontslaan omslachtiger is. Bij een NV beslist de AV over het ontslag van het bestuur en is de controle bijgevolg groter wat een grotere professionaliteit garandeert.

Algemene vergadering

De algemene vergadering is samengesteld uit aandeelhouders. Ze heeft de bevoegdheid de (bestuurs)opdracht tussen aandeelhouders en bestuur te doen functioneren en ze beslist over fundamentele wijzigingen van de vennootschapsrechten.

Een AV wordt dus bevolkt door aandeelhouders. In een NV zijn aandelen bestemd om te circuleren. Een BVBA echter moet besloten blijven en zijn de aandelen bijgevolg aan overdrachtsbeperkingen onderworpen.

Startkapitaal

De wet verlangt dat de vennootschap bij oprichting over voldoende kapitaal beschikt (dit in ruil voor de aansprakelijkheidsbeperking). Voor de NV bedraagt de som 62 000 euro (geheel volgestort), voor de BVBA 18 600 euro (minstens 6200 euro volgestort). Het oprichtingskapitaal voor een BVBA is dus veel lager dan voor een NV.

Samenvattend kan gezegd worden dat in een NV, makkelijker dan in een BVBA, wanbeleid door aandeelhouders kan worden afgestraft. Zij zitten in de AV en de AV heeft controle op het bestuur. Bij de NV kunnen aandelen gemakkelijk overgedragen worden zodat geïnteresseerde investeerders toegang hebben tot een onderneming. Dit heeft voordelen voor de investeerders maar evenzeer voor de onderneming. Stel bijvoorbeeld dat een onderneming nood heeft aan juridisch advies, dan kan ze een topjuriest overtuigen in de AV te zetelen. In een BVBA daarentegen is de overdracht van aandelen niet evident.

De grootste barrière voor het oprichten van een NV is de financiële drempel. De oprichting van een NV is veel duurder maar de mogelijkheden zijn groter.

Bijgevolg zijn er twee manieren om deze barrière op te lossen:

- Veelbelovende galeries van bij opstart extra financiële middelen geven zodat ze van bij aanvang onder een NV structuur kunnen opereren en dus een professionele werking met externe controle en doorzichtigheid kunnen uitbouwen.
- Ofwel moet in de uitbouwfase extra financiële middelen worden voorzien zodat de galerie aan kapitaalsverhoging kan doen en een NV structuur kan aannemen.

5. Mogelijke ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleries

'Als gevolg van deze processen gebeurt het steeds vaker dat een bedrijfstak gebruikt wordt om een andere te promoten, een gegeven dat we aanduiden met de term synergie. Aan de basis van deze processen ligt natuurlijk de creatie van contents.'

[Zienkowski, 2004, p.28]

'Like in the national context, it is necessary to consider the specific needs of each sector and utilize the strengths not only of the public sector, but also of the private sector. Policies should be based on the principle of negotiation and participation of all stakeholders.'

[Unesco, 2005]

Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleries KUNSTENAARS

A. *Fasegerelateerde problemen*

De goede relatie tussen de kunstenaars en de galerie is van essentieel belang voor de galerie. Een galerie doet aan prospectie en selecteert haar kunstenaars om een imago op te bouwen. Een galerie is het management bureau van een kunstenaar. Ze doet actief aan promotie en ondersteunt de kunstenaar waar ze kan. De laatste jaren is vooral de prijsbewaking en de plaatsing in het netwerk van haar kunstenaars een essentiële taak voor de galeries. De economische waarde van werken van jonge kunstenaars kan tegenwoordig snel stijgen. Binnen de drie jaar kan een kunstenaar al geconsacreerd zijn. De betrokken artiest dreigt daardoor een cruciale verankering in de kunstwereld over te slaan, waardoor zijn werk moeilijker tot de kern van het artistieke netwerk zal doordringen. [Christiani, 16 april 2005] Promotiegalerieën kunnen er op toezien dat de prijs nog eventjes laag blijft doordat ze de relatie tussen prijsvorming en evolutie van de kunstenaarscarrière bewaakt.

Het is voor de galerie echter niet gemakkelijk om duurzame relaties met kunstenaars op te bouwen. Het is voor kunstenaars immers meer en meer de gewoonte om met meerdere galeries samen te werken. Een structurele controle over de kunstenaar en de kunstenaarscarrière dreigt daardoor zo goed als onmogelijk te worden.

B. Doelstelling

Structurele versterking van de relaties tussen de kunstenaar en de galerie. Een afhankelijkheidsklimaat creëren voor de kunstenaar tegenover de promotiegaleries.

C. Modellen en kritische evaluatie

Specifieke modellen naar de kunstenaars toe kunnen moeilijk voorgesteld worden omdat de kunstenaar net bij een galerie terecht kan om ondersteund te worden. Het zou bijgevolg dubbelzinnig zijn een kunstenaar ondersteuning aan te bieden om zijn eigen galerie te ondersteunen. Het komt er vooral op neer de relatie tussen de galeriehouder en de kunstenaar te verstevigen. Die problematiek is reeds naar voor gekomen in de ondersteuningsmodellen voor productie. Daaruit blijkt dat er oplossingen liggen in de voorwaarden die een overheid stelt aan een kunstenaar om voor ondersteuning in aanmerking te komen bijvoorbeeld in haar subsidiebeleid. De Vlaamse overheid kan in haar ondersteuningsvoorwaarden de verplichting opleggen aan een kunstenaar om de samenwerking met een galerie aan te gaan. De reden daarvoor is al eerder vermeld. Een galerie is het management bureau van de kunstenaar en kan instaan voor de goede opvolging van projecten.

Er kan bij uitbreiding op lange termijn nagedacht worden aan ondersteuningsvormen voor de beeldende kunstenaar door een culturele investeringsmaatschappij naar model van de ondersteuningsmodaliteiten die door het Vizo aan designers worden aangeboden. Tenslotte kunnen kunstenaars ook als eenmansbedrijfjes gezien worden. Eén van de rollen die een investeringsmaatschappij hierbij naar de galeries toe kan vervullen is dan die van facilitator. In haar beleid kan de investeringsmaatschappij namelijk actief galeries benaderen om bepaalde kunstenaars op te nemen.

Bronnen

- Vizo: Het Vizo biedt steun aan jonge designers. Ze organiseert daarvoor geregeld selecties. Wie in aanmerking komt voor begeleiding kan beroep doen op de diensten van het Vizo. Het Vizo selecteert en promoot jonge designers, inventariseert, zoekt nieuw talent, organiseert wedstrijden, geeft toelagen, neemt deel aan beurzen en geeft een tijdschrift uit. Regelmatig wordt de Dienst Vormgeving ook geraadpleegd door pers, galeriehouders, verenigingen, fabrikanten en anderen belangstellenden uit de designsector. (www.vizo.be)

Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleries VERZAMELAARS

A. Fasegerelateerde problemen

Verzamelaars spelen een belangrijke rol in het beeldende kunstenlandschap. Zij bepalen in belangrijke mate mee het artistieke klimaat in de regio, en zij plaatsen Vlaanderen mee op de mondiale kaart van de beeldende kunsten. Ze worden echter té weinig bij het beeldende kunstengebeuren in Vlaanderen betrokken. [Gielen, 16 april 2005] De kunstwereld reageert nogal krampachtig op buitenstaanders en die krijgen daardoor maar weinig waardering. Zowel de Vlaamse overheid als de meeste gesubsidieerde instellingen weten niet goed raad met het private initiatief.

Er zijn in België meer kapitaalkrachtige verzamelaars dan men zou vermoeden. Ze vormen een belangrijke kopersgroep voor het galeriewezen. De galeriehouders constateren echter dat deze hoe langer hoe meer zowel internationale als nationale kunstenaars in het buitenland gaan kopen. Als aankomende kunstenaars bij een Vlaamse galerie belanden, hebben de verzamelaars er dikwijls al een werk van gekocht. [Ronny van de Velde, 22 november 2003]. Bovendien is het in Vlaanderen zo dat een galerie een BTW-plicht van 21% heeft terwijl dat bij de kunstenaar slecht 6% is. De verzamelaars zijn geneigd hun werken rechtstreeks bij de kunstenaar te kopen.

B. Doelstelling

De relatie tussen de verzamelaars en de galeries optimaliseren ten einde de rollen van de verzamelaar in het beeldende kunstennetwerk uit te breiden en te verstevigen.

C. Modellen en kritische evaluatie

Renteloze leningen

Renteloze leningen kunnen verschaft worden aan geïnteresseerde verzamelaars. Dit kan door de investeringsmaatschappij gebeuren of de investeringsmaatschappij kan in samenwerking met financiële instellingen instaan voor de rente die een verzamelaar moet betalen als hij zelf een lening aangaat om kunstwerken te kopen, zodat het voor de verzamelaar lijkt alsof hij een renteloze lening bij een bank aangaat.

Bronnen

Inspiratiemodellen

- De Kunstkoopregeling: In Nederland is de Kunstkoopregeling van kracht. Het initiatief gaat uit van de Mondriaan stichting in samenwerking met Fortisbank. De Mondriaan stichting is een cultuurfonds van overheidswege dat bijzondere projecten op gebied van beeldende kunst, vormgeving en musea ondersteunt. Doel van de Kunstkoopregeling is om het kopen van een hedendaags kunstwerk gemakkelijk en aantrekkelijk te maken. De regeling houdt in dat de geïnteresseerde koper bij een door de Mondriaan stichting geselecteerde galerie een kunstwerk kan kopen, en daarvoor een lening afsluit bij Fortisbank. De rente van de lening wordt vergoed door de Mondriaan stichting. Het kunstwerk moet deel uitmaken van het programma van de galerie en als het werk in oplage is, moet het aan bepaalde eisen voldoen. Op basis van een koopovereenkomst met de galeriehouder stuurt de koper een aanvraagformulier voor de lening naar Fortisbank. Fortis biedt bij goedkeuring de koper een leencontract ter ondertekening aan en betaalt het totaalbedrag van de lening rechtstreeks aan de galerie. De Kunstkoopregeling geldt uitsluitend voor particulieren. De kunstkoopregeling staat in voor 1/3 van de omzet van de Nederlandse promotiegaleriën. (www.mondriaanstichting.be)

Fiscale voordelen

Gunstmaatregelen voor de verzamelaars zijn zeer belangrijk. Verzamelaars bouwen mee collecties op en zorgen ook voor promotie en publieke discussie. Bovendien zijn verzamelaars vaak kapitaalkrachtige ondernemers die iets van bedrijfsvoering kennen. Verzamelaars zorgen niet enkel voor een financieel gunstige omgeving, zij zorgen ook voor interessante impulsen voor de sector, zowel op het artistieke als het zakelijk vlak. Het aanbieden van een extra service aan de verzamelaars zoals fiscale voordelen kan de relatie tussen de galeries en de verzamelaars optimaliseren.

Niet enkel voor de aankoop van kunst kunnen fiscale voordelen voorzien worden maar ook voor de particulier die in de galerie investeert.

➤ Aankoop

Er zijn op dit moment verschillende belastingmaatregelen voor kunstondersteuning- en aankoop die de overheid veel geld kosten. Men heeft echter weinig zicht op de werking van de fiscale voordelen. Ook vraagt men zich niet af of het doel dat men ermee wil bereiken ook werkelijk bereikt wordt. [Hemels, 2005, p.34] Het opstarten van onderzoek om de fiscale gunstmaatregelen doorzichtig te maken en eventueel aan te vullen, zou mensen aansporen om kunst te kopen en daarbij wordt een stuk handel officieel gemaakt. [Dorian van der Bempt, 2004a, p.2] Men kan specifiek nagaan welke maatregelen voor de verzamelaar gelden die hedendaagse kunst in een Vlaamse promotiegalerie aankoopt. Men zou de galeriesector en de verzamelaars daarmee een grote dienst bewijzen omdat de onofficiële kanten van de sector en het ondoorzichtige karakter voor beide partijen een doorn in het oog zijn.

➤ Particuliere investering

De culturele investeringsmaatschappij kan de samenwerking aangaan met PMV-KMO om na te gaan hoe particuliere investeerders warm gemaakt kunnen worden om in jonge galeries te investeren.

Bronnen

Bestaande Modellen

- PMV-KMO: Vriendenlening: De vriendlening van de Vlaamse overheid is ondergebracht in PMV-KMO. Met de Vriendenlening wil de Vlaamse overheid via een fiscaal voordeel particulieren aanmoedigen om geldmiddelen ter beschikking te stellen van startende ondernemingen. (<http://www.pmv-kmo.be>)

Inspiratiemodellen

- Sodec: Volledigheidshalve moeten we vermelden dat het Sodec ook over een waaier aan fiscale gunstmaatregelen beschikt. (www.sodec.be)

Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri

MUSEA

A. Fasegerelateerde problemen

De verhouding van een galerie tegenover een museum is die van een semi-publieke actor tegenover een publieke. De samenwerking tussen de galeries en de musea verloopt niet zo vlot. Van de musea uit is er geen actief beleid naar de galeries toe. Dit heeft te maken met de gesloten opstelling van de musea tegenover private invloeden. [Coucke, 29 maart 2005]

B. Doelstelling

Stimuleren van structurele PPS tussen promotiegaleri

C. Modellen en kritische evaluatie

De relatie tussen een galerie en een museum kan gezien worden als een publiek-private wisselwerking waarvan de private belangen van de galerie de publieke van het museum dienen en omgekeerd. Een museum heeft nood aan een professionele ondersteuning en een galerie heeft even als welke andere onderneming ook nood aan 'subjectivity stream'. Die produceert ze weliswaar gedeeltelijk zelf, tenslotte is een galerie een culturele onderneming, maar de identiteit ervan kan worden verstevigd door structurele allianties met musea aan te gaan. De samenwerking stuit zoals gezegd op barrières. Nochtans is het belangrijk dat 'galerieën en publieke instituten elkaar serieus nemen willen ze in juiste context terecht komen.' [Decron, 16

april 2005] Beide zijn tenslotte sterke knooppunten in de beeldende kunstennetwerken en beide zijn ook belangrijke plekken waar aan vernetwerking wordt gedaan. De samenwerking zou dan ook voor een aanzienlijke draagvlakvergroting kunnen zorgen.

➤ Aankoop kunstwerken

Om de samenwerking tussen een galerie en een museum te bevorderen is de meest evidente oplossing dat een museum voor de aankoop van haar werken beroep doet op de galerie. In Oostenrijk worden daarvoor speciale subsidies aan de musea gegeven. Van een museum gaat er ten slotte economisch kapitaal naar een galerie. Economisch kapitaal afkomstig van een overheid is een onrechtstreekse ondersteuning aan een galerie. In Vlaanderen lijkt het verschaffen van extra financiële middelen aan een museum echter geen optie. [Van der Hertten, 29 maart 2005] Er bij dit systeem is er ook geen garantie dat er een actievere samenwerking komt voor activiteiten als het gezamenlijk organiseren van tentoonstellingen, het uitbouwen van een gezamenlijk publicatiebeleid of het gezamenlijk voeren van promotie.

➤ PPS: Galerie als private actor – museum als publieke actor

Een andere mogelijkheid is dat galeriehouders als private ondernemers kunnen deelnemen aan het bestuur van een museum. De meerwaarde van de samenwerking kan gezien worden zoals ze in deel I, hoofdstuk 3.3.D is beschreven. Voor de privaat gerichte partner, de galerie, is er de meerwaarde van de subjectivity stream. Voor de publiek gerichte partner, het museum, is er de bedrijfseconomische meerwaarde. Stel dat een museum een grote tentoonstelling wil organiseren, dan kan ze beroep doen op het organisatievermogen, de kunstenaars en vooral ook op het netwerk van de galerie. Voor beide partners stijgt het symbolisch kapitaal in geval van samenwerking. Tenslotte wordt er werk van kunstenaars van de galerie in het museum getoond en het museum kan inhoudelijk sterke tentoonstellingen maken. Het omgekeerde kan ook. Stel dat een museum een belangrijk werk uitleent aan een galerie voor een tentoonstelling zal heel de collectie van de galerie in waarde stijgen.

Rol van de culturele investeringsmaatschappij

Het ontwikkelen van ondersteuningsmodellen voor musea ten einde de positie van de galerie te verstevigen valt feitelijk buiten de bevoegdheid van een culturele investeringsmaatschappij. Tenslotte is een museum een publieke instelling en die worden niet via een investeringsmaatschappij maar via het subsidiesysteem betaald.

Een voorstel dat binnen een de structuur van een culturele investeringsmaatschappij valt is, dat de musea worden opgenomen in de participatieve PPS dat in de 'Ondersteuningsmodellen

PROMOTIE' voor tentoonstellingen is voorgesteld. Verder lijkt het er op dat in dit rapport enkel kan gesuggereerd worden via de ondersteuningvoorwaarden voor de musea de samenwerking met de galerie aan te moedigen. Dit kan zowel door verplichtingen tot samenwerking op te leggen in verband met de aankoop van werken als in verband met promotie, het organiseren van tentoonstellingen enzovoort.

Bronnen

Inspiratiebronnen:

- **Oostenrijk:** In 2001 zijn de galeriesubsidies herbekeken in samenwerking met de associatie van Oostenrijkse galerieën in hedendaagse kunst. Een amendement van 'the federale Arts Grants Act' bepaalde dat de subsidies voortaan geleverd zouden worden aan geselecteerde musea op federaal, Länder of lokaal niveau voor de aanschaf van hedendaagse kunst bij de Oostenrijkse galeries. De subsidies bedragen maximaal 36 500 euro per jaar. De voorwaarde is dat de musea het subsidiebedrag voor 50% met het eigen budget aanvullen. Eén deel van de subsidies moet gespendeerd worden voor de aanschaf van werken in andere federale staten dan waar het museum zijn zetel heeft, een deel voor de aankoop van werken van internationale kunstenaar en een deel voor die van kunstenaars ouder dan 40. (www.bundeskanzleramt.at)

Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleri BEDRIJVEN

A. Fasegerelateerde problemen

In het bedrijfsleven groeit meer en meer het besef van het belang van de kunsten. Enerzijds wordt de aanleg van collecties in een nieuw perspectief bekeken en anderzijds worden de kunsten aangezocht als nieuwe bron tot innovatie.

- Maatschappelijke verantwoordelijkheid
'Grote industriëlen beseffen dat ze een verantwoordelijkheid hebben in de maatschappij. Dat is een nieuw gegeven. Foundations worden niet meer opgericht uit verzameldrang of als investering maar omdat bedrijven een deel van hun geld publiek willen maken en beseffen dat ze een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben. Grote kapitalisten krijgen nood aan publieke giften.' [De Beir, 16 april 2005]
- Versterken bedrijfscultuur
Het vertrouwen van ondernemers in de kunsten groeit en wel om volgende redenen: ondernemers zien in de kunsten een manier om hun bedrijfscultuur te versterken en over innovatie na te denken. [Rutten, 17 maart 2005] Ook is de samenwerking met kunstondernemingen uiteraard niet mis voor de imagebuilding en marketing support. 'How to see differently is just what the arts can teach business. Sometime what is needed

most is any perspective that differs significantly from business-as-usual and that can help remove institutional blinders.' [Buswick, Alastair, Pinard, 2005, p. 5] De ondernemers zien de samenwerking als een tweerichtingsverkeer, namelijk dat zij van de kunsten leren maar de kunstensector ook van hen. De ondernemers kunnen hun ondernemerskennis in kunstorganisaties brengen. Zo kunnen ondernemers bijvoorbeeld in de raad van bestuur van een galerie zetelen. De kunstensector betekent dus een belangrijke meerwaarde voor bedrijven en omgekeerd.

Zoals blijkt liggen er heel wat mogelijkheden in het aanboren van financiële middelen en know-how uit de privé-sector.' [Neff, Art Brussels, 2005]. Alleen is het niet duidelijk welke rol de promotiegaleries hierin spelen.

B. Doelstelling

- De plaats van de galeriesector tegenover het bedrijfsleven situeren en allianties mogelijk maken.
- Bedrijven betrekken bij het kunstgebeuren en de mogelijkheid doen ontstaan dat een echt cultureel engagement ontstaat. Het opdrachtmanagement stimuleren.

C. Modellen en kritische evaluatie

Investeren

De verhouding van een galerie tegenover een bedrijf is die van een private speler in de beeldende kunstensector tegenover een private speler buiten de beeldende kunstensector. Een onderneming kan bijgevolg zonder problemen investeren in een galerie. Het is aan de galeriehouders om zelf actief op zoek te gaan naar geïnteresseerde investeerders. Er moet wel gewezen worden op de problematiek rond vennootschapsstructuren zoals beschreven in de annex van 'Ondersteuningmodellen ONTWIKKELING'.

Er zijn van overheidswege wel enkele ondersteuningsmodellen ontwikkeld om private investeerders enthousiast te maken om in ondernemingen te investeren. Hier kunnen geïnteresseerde ondernemers beroep op doen willen ze in een galerie investeren. Deze ondersteuningsvormen zijn ondergebracht in PMV-KMO.

Bronnen

Bestaande modellen

- PMV-KMO - Arkimedes: Arkimedes is een regeling die op structurele wijze risicokapitaal wil activeren naar Vlaamse starters en KMO's toe. De regeling biedt aan professionele risicokapitaalverschaffers de mogelijkheid om bovenop elke euro aan private middelen die zij investeren in een Vlaamse starter of KMO, een euro te investeren van Arkimedes. Arkimedes wordt aangeboden door Arkimedes Management nv, onderdeel van PMV-KMO. Daarnaast zullen alle beleggers die aandelen van het Arkimedes-fonds aankopen van een kapitaalgarantie kunnen genieten ten belope van 90% van de nominale waarde van hun aandelen. De middelen van het ARKImedes-fonds zullen gebruikt worden voor investeringen in zogenaamde ARKIV's. ARKIV's zijn private risicokapitaalfondsen die erkend werden door Arkimedes Management nv. (www.pmv-kmo.be)
- PMV-KMO - Arkimedes: bedrijfsadvies aan KMO's: Groeipremie: Investeren in een onderneming kost veel geld. De Vlaamse overheid wil ondernemingen daarmee steunen met groeipremies, als onderdeel van het Actieplan Ondernemen. Met de groeipremie betaalt de Vlaamse overheid een gedeelte van de investeringen die een onderneming doet in het Vlaamse Gewest. (www.pmv-kmo.be)

Bestaande regelingen operationeel maken via de culturele investeringsmaatschappij

➤ Creatieopdrachten

Daar waar projectbeurzen voornamelijk een overeenkomst tussen een kunstenaar en de overheid zijn, zijn de creatieopdrachten in het Vlaamse subsidiesysteem een overeenkomst tussen een kunstenaar en een investeerder waarvoor de overheid financiële steun verleent. Zowel bij projectbeurzen en als bij creatieopdrachten heeft de overheid een redelijk grote inbreng in het project. Creatieopdrachten hebben per definitie een specifiek doel en zijn dus minder commercialiseerbaar dan de projecten. Bijgevolg hebben ze minder kans om financiële return te genereren. Toch kan ook bij de creatieopdrachten de overheid als investeerder worden gezien en kunnen de modellen die voorgesteld werden in 'Ondersteuningsmodellen PRODUCTIE' ook hier gelden. Nogmaals dient benadrukt dat het subsidiesysteem niet kan worden afgeschaft maar een complementaire regeling in verband met creatieopdrachten opportuun is.

➤ 1% regeling

'Voor bedrijven kan de 1% regel worden toegepast. Als elke bouwheer publiek of privé voor 1% van de investering in nieuwbouw in kunst zou moeten investeren, dan komt er heel wat geld vrij. Voor de bedrijven mag dit gedeelte van de investering in kunst binnen de 1 % regeling ook ad libitum worden afgeschreven over 1 tot 5 jaar. Dit geeft een variabel fiscaal voordeel voor bedrijven en de aangekochte kunst wordt een soort stille (maar wel in de inventaris voorkomende) reserve.' [Van der Brempt, 2004a, p.2] De

culturele investeringsmaatschappij kan projecten die binnen de 1% regeling vallen begeleiden en de galerie als partner voorstellen.

Bronnen

Bestaande modellen

- Creatieopdrachten De Vlaamse overheid voorziet reeds in subsidies aan derden voor creatieopdrachten. Deze worden toegekend aan de opdrachtgever ter ondersteuning van de creatie en de presentatie van nieuw werk. (Nieuwsbrief beeldende kunst maart – april 2005: www.wvc.vlaanderen.be/beeldendekunst/NIEUWSBRIEF.htm)
- 1% regeling: De regeling is een overheidsmaatregel en houdt in dat voor de constructie van openbare gebouwen en overheidsinstellingen minstens 1% van het budget naar de integratie van kunstwerken moet gaan. De regeling kent een professioneel kader. Er wordt met professionele kunstenaars gewerkt, geselecteerd door een jury van experts. De regeling komt in verschillende andere Europese landen als Frankrijk, Oostenrijk, Nederland enz. ook voor. (www.vlaams-bouwmeester.be)

Fiscaal gunstregime

'Aan bedrijven zou een brede fiscale regeling moeten aangeboden worden. Bedrijven kunnen kunstwerken kopen in de galerie. Ze kunnen tentoonstellingen financieren of publicaties helpen tot stand komen. Om alle fiscale disputen te vermijden zou er een algemene richtlijn moeten komen van de minister van Financiën om een uniforme regeling te treffen in heel België. Die richtlijn zou kunnen zijn: Het is bedrijven toegestaan om 'kosten in de culturele sfeer' te maken om het bedrijf op een bepaalde manier te profileren en op die manier culturele initiatieven mogelijk te maken. Onder culturele kosten voor beeldende kunst wordt verstaan: Het aankopen van kunstwerken van actieve kunstenaars, de realisatie van een catalogus van een tentoonstelling of de steun aan de organisatie van een tentoonstelling. Al deze kosten mogen niet leiden tot een verlies situatie in het bedrijfsresultaat.' [Van der Brempt, 2004a, p.2]

Facilitator

Naar de bedrijven toe is het van groot belang dat een culturele investeringsmaatschappij een gedegen communicatieplan opstelt. Ze kan wijzen op de mogelijkheden van samenwerking met bepaalde partners uit de sector. Wat de galeries betreft kan ze naar twee specifieke diensten verwijzen. De galerie als uitleenbedrijf en de galerie als adviseur.

- Kunstuitleen: Galeries nemen vaak de functie van kunstuitleenbedrijf op zich. Een bedrijf of een particulier kan bepaalde werken 'huren' met de mogelijkheid tot aankoop achteraf. Het is belangrijk dat die functie bij galeries gestimuleerd wordt. Een galerie beschikt namelijk over de 'juiste kunst'. Er bestaan tal van uitleenbedrijven die op amateuristische wijze met zogenoemde 'pseudo-

kunstenaars' te werk gaan. De verspreiding van kwalitatieve kunst in bedrijven is echter opportuun. Ook kunnen galeries een actieve rol spelen bij de opbouw van bedrijfsverzamelingen (de foundations). Daarbij kan ze helpen die foundations publiek maken. De werking van de galerie als managementbureau en intermediair in het veld van de beeldende kunst staat deze actieve benadering naar bedrijven toe.

- Art Consultancy: Zoals in de inleiding gesteld zijn ondernemingen geïnteresseerd in 'de subjectivity stream' die culturele ondernemingen kunnen aanbieden. Een galerie heeft heel wat te bieden in verband met gezamenlijk tentoonstellingen en publiceren maar vooral kan ze het bedrijf kennis laten maken met kunstenaars die binnen het bedrijfsprofiel passen. Naast financiële vergoedingen kan de galerie bedrijfsmanagers uitnodigen deel te nemen aan het bestuur van de galerie. Een ondernemer kan immers mee instaan voor de professionele werking van de galerie. (zie ook hier de problematiek rond vennootschapsstructuur in 'Ondersteuningsmodellen ONTWIKKELING')

Bronnen

Inspiratiemodellen

- ArtOlive NV (Nederland) en Kunst in Huis VZW (België): Beide organisaties zijn kunstuitleenbedrijven die zich specialiseren in de uitleen, promotie en verkoop van hedendaagse kunst in respectievelijk Nederland en België. Naast verkoop en uitleen aan particulieren richten beide zich ook naar bedrijven. Bij beide organisaties wordt de uileners de kans geboden de werken na verloop van de uitleenperiode aan te kopen. ArtOlive beschikt over gespecialiseerde 'artconsultants' en ondersteunt de bedrijven in de opbouw van een persoonlijke kunstcollectie. Kunst in Huis heeft een adviserende functie naar bedrijven toe maar spits zich vooral toe op particulieren en studenten. (www.artolive.com) (www.kunstinhuis.com)
- Unilever: Unilever heeft structurele allianties met kunstenaars en galeries om twee redenen. Ten eerste werkt het bedrijf aan de opbouw van een heuse collectie maar ten tweede en belangrijker stelt ze kunstenaars te werk in haar bedrijf omdat ze gelooft dat de invloed van kunstenaars voor innovatie kan zorgen en voor een versterking van de bedrijfscultuur. Unilever maakt er een punt van om via de kunst haar onderneming jong en dynamisch te houden. Veel van de managers van Unilever hebben bestuursmandaten in galeries en andere culturele instellingen. (www.unilever.com) (www.arteconomy.be)
- Espeel: Constructies Espeel heeft sinds 15 jaar een samenwerkingsverband met beeldende kunstenaars. Het uit zich voornamelijk in de studie en de productie van de werken van de kunstenaars. Het heeft tot doel een win-win situatie te creëren voor het bedrijf en voor de kunstenaars. Voor de kunstenaars is duidelijk dat wie door Espeel geselecteerd wordt gebruik kan maken van het materiaal, de ruimte en de professionaliteit van het bedrijf om ideeën uit te werken zonder dat er inbreuk gepleegd wordt op het alleenrecht van de kunstenaar. Voor Espeel is de aanwezigheid van de kunstenaar een belangrijke impuls in zijn bedrijfscultuur. (www.espeel.be) (www.arteconomy.be)

- [Cera foundation/Belgacom](http://www.cera.be): De coöperatieve financiële groep Cera en telecombedrijf Belgacom zijn twee Vlaamse ondernemingen die elk over een grote kunstcollectie beschikken. Belgacom is hoofdzakelijk collectiegericht, de Cera Foundation heeft een actief beleid ontwikkelde tegenover haar collectie. (www.cera.be)(www.belgacom.be)

Ondersteuningsmodellen STAKEHOLDERS Vlaamse promotiegaleriës

OVERHEID

A. Fasegerelateerde problemen

Communicatie

De galeriesector heeft zoals gesteld in deel II, hoofdstuk 2.3. een communicatieprobleem met de Vlaamse overheid. Er is bij de overheid geen vertegenwoordiging van beroepsverenigingen of belangenbehartigers van de galeriesector. Nochtans kunnen deze de sector een grote dienst bewijzen mochten ze de dialoog met de overheid aangaan en die dialoog doorcommuniceren naar het veld. [Adriaan Raemdonck, 14 maart 2005]

Justitie, cultuur, financiën

De galeriesector moet met haar vragen naar drie verschillende overheidsinstanties: de ministeries van justitie, cultuur en financiën.

Erkenning

Van overheidswege is er geen expliciete erkenning voor de galeriesector.

B. Doelstelling

De communicatie tussen de overheid en de sector op gang brengen en structureel versterken.

C. Modellen en kritische evaluatie

➤ Communicatiepartner: het BUP

De galeriesector beschikt over een beroepsvereniging: het BUP (Beroepsvereniging voor galeriehouders) De vereniging heeft een groot aantal leden maar ze kan die leden zelden tot nooit op de hoogte stellen van overheidsbeslissingen in verband met de sector, omdat er geen debat is tussen de overheid en de sector. Bijgevolg heeft de beroepsvereniging geen inspraak in beslissingen die genomen worden zoals bijvoorbeeld in verband met de

verhoogde BTW eisen voor galeriehouders en is de overheid niet op de hoogte van de noden van de sector. De beroepsvereniging heeft dan ook maar weinig slagkracht en geen argumenten om leden te werven. Naar de toekomst toe kan er nagedacht worden over de mogelijkheid de voorzitter van het BUP nauw te betrekken bij de activiteiten van de culturele investeringsmaatschappij.

➤ Communicatie tussen overheidsinstanties

Zoals gezegd moet de galeriesector naar verschillende departementen stappen wil ze antwoorden krijgen op haar vragen. De bevoegde personen per departement weten vaak niet wat er in de andere ministeries beslist is en hebben bovendien geen voeling met het culturele veld. Een bemiddelende partner tussen overheid en veld is bijgevolg geen overbodige luxe. Enerzijds kan die partner overheidsbeslissingen doorcommuniceren naar de sector en anderzijds kan zij de verschillende overheidsinstellingen op de hoogte stellen van de sectornoden. Dit kan via een culturele investeringsmaatschappij maar ook voor het IBK is hier een rol weggelegd.

Bronnen

Inspiratiebronnen

- Oostenrijk: Art Division is een project van de Oostenrijkse overheid waarbij er gewerkt wordt aan aandacht voor kunst binnen elk ministerie. (www.bundeskanzleramt.at)

➤ Erkenning

De erkenning voor de galeries komt er uiteraard mochten ze opgenomen worden in de culturele investeringsmaatschappij. Toch kunnen de mogelijkheden uitgebreid worden:

- De sector kan bijvoorbeeld in aanmerking genomen worden bij de uitreiking van de cultuurprijzen.
- De kunstaankopen van de Vlaamse regering voor in overheidsgebouwen kan via de galeries gebeuren. Dit kan gemanaged worden door de culturele investeringsmaatschappij.
- Voor de opvolging van het topstukkendecreet – hedendaagse kunst kan de overheid beroep doen op de galeriesector om belangrijke stukken naar de toekomst toe veilig te stellen.

Bronnen

Bestaande modellen

- Topstukkendecreet: Op 24 januari 2003 werd het decreet houdende bescherming van het roerend cultureel erfgoed van uitzonderlijk belang - het zogenaamde topstukkendecreet – afgekondigd. Dit decreet houdt de bescherming van het belangrijkste roerend cultureel erfgoed in dat omwille van zijn bijzondere archeologische,

historische, cultuurhistorische, artistieke of wetenschappelijke betekenis voor de Vlaamse Gemeenschap in Vlaanderen bewaard moet blijven. De overheid stelt lijsten op van onmisbare topstukken in België. Voor de topstukken gelden beschermingmaatregelen betreffende fysieke ingrepen, uitvoerreglementen en de aankoopverplichting van de Vlaamse overheid bij weigering van een uitvoervergunning. (www.wvc.vlaanderen.be/regelgevingcultuur/wetgeving/culterfgoed/topstukkendecreet)

Inspiratiebronnen

- Oostenrijk: De kunstaankopen van de Oostenrijkse regering voor in overheidsgebouwen en autonome instanties onder overheidscontrole. Dit wordt gemanaged via door Artothek. (www.bundeskanzleramt.at)

Deel IV
-
AANBEVELINGEN

In deel III werd een heel arsenaal aan ondersteuningsmodellen voor de Vlaamse promotiegaleries voorgesteld. Vanzelfsprekend kunnen deze niet allemaal operationeel gemaakt worden. In de aanbevelingen wordt dan ook een grondige selectie gemaakt en worden die ondersteuningsmaatregelen naar voor geschoven die prioritair zijn om de positionering van de Vlaamse galeries op korte termijn te bewerkstelligen.

Samenvattend wordt nog eens het belang geschetst van de structurele positionering van de Vlaamse promotiegalerie. Zoals gesteld in Deel I staat de Vlaamse overheid voor de uitdaging om een aangepast ondersteuningsbeleid voor de beeldende kunstensector te ontwerpen. Dit is noodzakelijk om de positionering van de sector te stimuleren. De focus bij het Vlaamse ondersteuningsbeleid moet enerzijds liggen op het wegwerken van barrières tussen de verschillende veldactoren en anderzijds op het tot stand komen van ontwikkelingsgerichte initiatieven. Bovendien kan de Vlaamse overheid nagaan waar de mogelijkheden van alternatieve financiering voor de beeldende kunstensector liggen, om de structurele onderfinanciering tegen te gaan.

In deel I werd een kader aangereikt dat de Vlaamse overheid in het achterhoofd kan houden als ze de ondersteuningsmogelijkheden voor de sector bekijkt. Er werden namelijk verschillende modellen van Publiek-private samenwerking geschetst. Publiek-private samenwerking is zoals blijkt de meest aangewezen methode om de ontwikkeling van het veld te bewerkstelligen.

Om de Publiek-private samenwerking operationeel te maken zal de Vlaamse overheid een culturele investeringsmaatschappij oprichten. Er werd voor gekozen om in het kader van een dergelijke culturele investeringsmaatschappij ondersteuningsmodellen te ontwikkelen voor de Vlaamse promotiegaleries. De argumentatie daarvoor is duidelijk. Ten eerste is een Vlaamse promotiegalerie een belangrijke intermediair in het veld van de beeldende kunstensector, wat betekent dat een structurele positionering van de bedrijfstak van de Vlaamse promotiegaleries belangrijke impulsen geeft aan heel de sector. Ten tweede is een galerie een semi-publieke speler met zowel allianties in publieke als in het private veld. Doordat ze een spilfunctie vervult worden barrières opgeheven en kan de communicatie tussen private en publieke actoren plaatsvinden. Hierdoor kan op gefundeerde wijze nagedacht worden over allianties tussen de private en publieke sector met wederzijdse voordelen, ten einde ontwikkelingsgerichte projecten vorm te geven.

Om de positionering van de galeries op korte termijn te bewerkstelligen is het noodzakelijk dat een aantal maatregelen worden genomen via de culturele investeringsmaatschappij, waardoor de ergste noden die de ontwikkeling van de galeries verhinderen worden opgelost. Het is evident dat niet alle soorten modellen in de opstartfase van een culturele investeringsmaatschappij in rekening kunnen worden genomen. De middelen zijn dan nog té beperkt. Er kan voor een aantal prioritaire maatregelen geopteerd worden die dan kunnen worden aangevuld in een volgende werkingsfase van de investeringsmaatschappij.

- In een eerste fase is het aangewezen die modellen operationeel te maken die op korte termijn en met beperkte middelen kunnen werken. Deze mogelijkheden komen in de aanbevelingen naar voor. Het gaat dan vooral om bestaande subsidieregelingen die gedeeltelijk via een investeringsmaatschappij kunnen lopen, het wegnemen van drempels tussen partners en de samenwerking met reeds bestaande overheidsinitiatieven.
- In een tweede fase wordt dan voor concretere modellen gekozen. Zoals participatie of het oprichten van een participatieve PPS. De tweede fase kan pas ontworpen worden als de culturele investeringsmaatschappij al enige tijd een succesvolle werking kent en als de galeriesector zich steviger in het veld verankerd heeft.

Wat de tweede fase betreft worden geen aanbevelingen gedaan. De mogelijkheden kunnen worden nagegaan op het moment dat de noodzaak aan specifiekere ondersteuningsmodellen zich aandient. Voor de eerste fase is het aangewezen met volgende aanbevelingen rekening te houden:

1. Creatie van een label

De lage algemene toetredingsbarrières van de sector vormen een groot probleem. Het galerieberoep is voor iedereen toegankelijk. Dit heeft als gevolg dat de praktijken van de (al dan niet dubieuze) kunsthandel op heel de sector afstralen. Het imago van de galeries is daardoor niet optimaal en de structuur van de galeriesector is erg ondoorzichtig.

De creatie van een soort label voor de Vlaamse promotiegaleries is een oplossing. Dit kan simpelweg door galeries die beroep willen doen op de culturele investeringsmaatschappij te onderwerpen aan toelatingscriteria conform de definiëring van een Vlaamse promotiegalerie.

Hierdoor krijgt de promotiegalerie een soort label van de culturele investeringsmaatschappij en kan ze zich onderscheiden van andere vormen van kunsthandel.

Door de creatie van een label wordt een kwaliteitsimago ontwikkeld. Hierdoor verhogen de algemene toetredingsbarrières tot het galerieberoep en wordt het imago probleem opgelost.

Opmerking: Bij de toelatingscriteria moet een goed evenwicht nagestreefd worden tussen aspecten als het opstellen van een businessplan (met aandacht voor sluitende boekhoudingen en marketing) en zaken die met de inhoudelijke kwaliteit te maken hebben. Beide zijn even belangrijk voor de professionele werking van de galerie.

2. Wegnemen drempels voor banken en stakeholders

➤ Banken

Het imago van de galeriesector naar de banken toe moet worden verbeterd. Dit kan het beste door als investeringsmaatschappij enkele drempels weg te nemen en bijvoorbeeld te voorzien in een waarborgregeling. Zodoende kunnen opstartende galeries of galeries in ontwikkeling leningen aangaan.

➤ Bedrijven en verzamelaars

Een culturele investeringsmaatschappij moet het beleggen in kunst mogelijk maken. In de eerste fase van de oprichting van de investeringsmaatschappij kan gekeken worden hoe de aankoop van kunstwerken bij galeries vergemakkelijkt kan worden en de kopersgroep bijgevolg vergroot. Vooral naar verzamelaars en bedrijven toe is de creatie van een interessant fiscaal klimaat belangrijk. Voor verzamelaars zijn de garantieregelingen van een culturele investeringsmaatschappij bij het verschaffen van leningen door financiële instellingen prioritair. Voor de bedrijven zou het mogelijk moeten worden kunstwerken in kosten in te brengen. Een investeringsmaatschappij kan dit naar de overheid toe communiceren.

Door de relatie met de banken te optimaliseren kunnen galeriehouders op kapitaal rekenen in de vorm van leningen. Hierdoor kunnen financiële problemen van opstart en ontwikkeling worden gelygd.

Door de bedrijven en verzamelaars warm te maken om kunstwerken in de galerie aan te kopen wordt de kopersgroep van de galerie versterkt en komen er heel wat nieuwe financiële bronnen vrij.

3. Communicatieplan naar de stakeholders toe

De culturele investeringsmaatschappij is in een aantal ondersteuningsmodellen als facilitator voorgesteld. Dit vooral om (partner)investeerders aan te trekken. Het is echter van belang om een gedegen communicatieplan op te stellen voordat werkelijk tot concrete acties wordt overgegaan. Dit plan kan in samenwerking met het IBK en het BUP ontworpen worden.

In de eerste plaats moeten de ondernemerswereld, de verzamelaars en de musea bewust gemaakt worden van de mogelijkheden van de galeries. Door de stakeholders van een galerie te wijzen op de alliantiemogelijkheden krijgen de relaties tussen de stakeholders en de galerie in eerste instantie vorm. Bedrijven kunnen bijvoorbeeld op de hoogte worden gebracht van services als consulting of kunstuitleen en de musea kan gewezen worden op de mogelijkheden van samenwerking. In een latere fase worden dan modellen bekeken waarin de alliantie van de stakeholders met de galerie nog verstevigd, zoals participatiemogelijkheden of de organisatie van gezamenlijke acties.

Door de relaties tussen de galeries en de stakeholders te verstevigen kunnen beiden het belang van samenwerking en de meerwaarde die er uit voortvloeit inzien wat een structurele positieverbetering van de beide partijen tot gevolg heeft.

4. Kredieten voor participatie

Bij het opstellen van ondersteuningsmodellen moet voor het geven van financiële impulsen in de eerste fase toegespitst worden op kredietvormen en nog niet op participatiemodellen. Investeerders zijn nog niet klaar voor investeringen in culturele wereld. Bovendien is de bedrijfstak van de galeries nog niet sterk genoeg. Na een gedegen communicatiebeleid en na de structurele versteviging van de galeriebedrijfstak kan participatie overwogen worden.

Door het verlenen van kredieten kunnen de eerste noodzakelijke financiële impulsen aan de galeriesector gegeven worden. De opstart en ontwikkeling van galeries wordt hierdoor vergemakkelijkt.

5. Operationeel maken bestaande maatregelen naar de galeriesector toe

Er bestaan reeds heel wat initiatieven van overheidswege waarop ook ondernemingen in de cultuursector beroep kunnen doen. Die initiatieven zijn ondergebracht in PMV-KMO, in het Vizo, de GOM's en bij de Vlaamse regering. Er is reeds beschreven wat de rol van een investeringsmaatschappij kan zijn. Ze kan een aantal modellen overnemen, ze kan de

mogelijkheden naar het veld toe communiceren of ze kan actief gaan samenwerken met die initiatieven. Vooral wat bedrijfsadvies voor opstart en ontwikkeling betreft kunnen de mogelijkheden worden nagegaan. De bemiddeling met investeerders en durfkapitaalfondsen en het verlenen van voordelen voor geïnteresseerde investeerders is echter voor een latere fase. Dit om dezelfde redenen als eerder vermeld: De partners zijn er nog niet klaar voor.

Door de samenwerking aan te gaan met bestaande overheidsinitiatieven kan de Vlaamse promotiegalerie op een gemakkelijke en goedkope wijze professionaliseren. Dit geldt zowel voor galeries in de opstartfase als in de ontwikkelingsfase.

6. Bepaalde subsidieregelingen gedeeltelijk in de culturele investeringsmaatschappij onderbrengen

Er zijn een aantal subsidieregelingen die gedeeltelijke via de culturele investeringsmaatschappij kunnen verlopen. De voorbeelden van de projectsubsidies, steun voor kunstbeurzen, de 1% regeling en creatieopdrachten zijn respectievelijk in de modellen voor productie, promotie en stakeholders-bedrijven uitgewerkt.

De ondersteuning voor de kunstbeurzen en de ontwikkeling van een publicatiebeleid is voor de galeriehouders absoluut prioritair. De internationale profilering is immers van essentieel belang voor een promotiegalerie.

Ook de productie –en creatieopdrachten en de 1% regeling kunnen gedeeltelijk een plaats in de investeringsmaatschappij krijgen om de werking ervan te optimaliseren.

Door de ondersteuningsmodellen voor kunstbeurzen operationeel te maken kan een eerste aanzet genomen worden tot een volwaardige internationale profilering van de galeries.

De productie –en creatieopdrachten die binnen een investeringsmaatschappij verlopen laten een investeringsdenken toe waardoor de overheid niet enkel haar eisen aan een return on investment kan stellen, maar ook kunnen er meerdere financiële partners aangetrokken worden waardoor de kwaliteit van de producties aanzienlijk stijgt.

Opmerking: Voor het subsidiesysteem dat de Vlaamse overheid naar de kunstenaars en de musea ontwikkeld heeft kan worden nagedacht over de voorwaarden voor ondersteuning. De samenwerking met een promotiegalerie kan in bepaalde gevallen vereist worden.

Bij het vastleggen van de verschillende ondersteuningsmodellen voor de Vlaamse promotiegaleries is het vooral van belang dat er in overleg met de galeriehouders bekeken wordt

welke modellen het meest bruikbaar zijn, zowel voor de investeringsmaatschappij als voor de sector. Structureel overleg is hierbij van essentieel belang en de laatste aanbeveling is dan ook dat de sector en de overheid - op uitnodiging van het IBK - op korte termijn samen aan tafel gaan zitten om de samenwerking op een gefundeerde basis in te zetten.

Deel V

-

Bijlagen

Bibliografie – p.106

Contactlijst – p.112

BIBLIOGRAFIE

Literatuur

ABBING, H., *Consumenten subsidies bieden geen oplossing. Wie bepaalt en wie profiteert?*, Uit: Boekman 62, Kunst & Geld, Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, 17^e jaargang, winter 2005, pp.108-116

ANCIAUX, B., *Beleidsnota Cultuur 2004-2009*, Vlaams Minister van Cultuur, Jeugd, Sport en Brussel, 2004, 55p.

BOURDIEU, P., *Opstellen over smaak en habitus*, Van Gennep, Amsterdam, 1989, 178p.

BRAAK, L., *Elke dag een victory Boogie Woogie, De kunst moet zich losmaken van de overheid?* Uit: Boekman 62, Kunst & Geld, Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, 17^e jaargang, winter 2005, p.24-39

BULT-SPIERING, *Publiek Private Samenwerking: de interactie centraal*, juni 2003, on-line beschikbaar op: www.lemma.nl (30 maart 2005)

BUSWICK, T., CREAMER, A., PINARD, M., *(Re)Educating for leadership. How arts can improve business!*, Studie Unilever, 2004, on-line beschikbaar op: www.artsandbusiness.org/Educating_for_Leadership_Sept_04.pdf (25 maart 2005)

COUCKE, J., *De galerie is in het geschil over kwaliteit en criteria in de kunst tegelijk rechter en partij*, Uit: Liberaal Reflex, nr.4, 1993, pp.23-26

DE BRABANDER, G., OVERBERGH, A., *Culturele investeringsfondsen in Catalonië en Québec, en hun relevantie voor Vlaanderen - een verkennend onderzoek*, eindrapport van een studie in opdracht van de Vlaamse Gemeenschap, UAMS Antwerpen, 28 maart 2005, 93p.

DE CORTE, D., *Privé-publieke samenwerking in de Culturele Sector*, Gent, 2004, 9 p.

DAAMEN, M. *Lekker veel markt*, Uit: Kunst te koop! Artistieke innovatie en commercie in het Nederlandse galeriestelsel, Boekmanstudies, Mondriaanstichting, 2001, pp.65-69

DAENEN, W., *Beeldende kunst lijdt onder solopolitiek*, Uit: De morgen, 27-03- 2004, 5 p.

GIELEN, P., LAERMANS, R., *Een omgeving voor actuele kunst. Een toekomstperspectief voor het beeldende kunstenlandschap in Vlaanderen*, Lannoo, Tielt, 2004, 292 p.

GIELEN, P., *Kunst in netwerken, artistieke selecties in hedendaagse dans en beeldende kunst*, Lannoo, Tielt, 2004, 263 p.

GUBBELS, T., JANSSEN, I., *Show me the color of your Money, rondetafelgesprek over de marktgerichtheid van galerie in Nederland*, Uit: Kunst te koop! Artistieke innovatie en commercie in het Nederlandse galeriestelsel, Boekmanstudies, Mondriaanstichting, 2001, pp.51-63

HAGOORT, G., KUIPER, G., *Naar een ondernemende cultuur. Hoe culturele organisaties financieel creatiever gerund kunnen worden*, Uit: Boekman 62, Kunst & Geld, Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, 17^e jaargang, winter 2005, pp.62-69

HEMELS, S., *Belasting helpt kunst gedijen*, Uit: De Volkskrant, 20 mei 2005, p.34

JANSSEN, I. *Meer betrokkenheid van particulieren, meer samenwerking met bedrijven*, Uit: Bedrijvige musea, private betrokkenheid in de praktijk, Boekmanstudies, Mondriaanstichting, Amsterdam, 1993, pp. 19-30

JANSSEN, I., *Van kunstenaar naar koper. De spilfunctie van de galerie in de particuliere markt voor hedendaagse kunst*. Uit: Kunst te koop! Artistieke innovatie en commercie in het Nederlandse galeriebestel, Boekmanstudies, Mondriaanstichting, Amsterdam, 2001, pp.10-29

JONGELEN, S., *Daar komen de geldschieters. Doorstart voor het cultureel beleggen?* Uit: Boekman 62, Kunst & Geld, Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, 17^e jaargang, winter 2005, pp.54-62

KLAIC, D., *Public subsidies for public interest*, Uit: Boekman 62, Kunst & Geld, Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, 17^e jaargang, winter 2005, pp. 39-54

KOTLER, *Marketing Management*, N.J.: Prenticehall, Englewood Cliffs 1972, 756p.

Kunstendecreet, 2006, on-line beschikbaar op: www.wvc.vlaanderen.be/regelgevingcultuur/wetgeving/kunstendecreet

LAERMANS, R., *Auteurstekst bij de voorstelling: Een omgeving voor actuele kunst* in het S.M.A.K, Gent, 26-03-2004, 8p.

LAVAREN, E., ENGELEN, P.-J., LIMÈRE, A., VANDEMAELE, S., *Handboek financieel beheer*, Intersentia, Antwerpen, 2002, 687 p.

METZ, T., *Creativiteit is geld waard. Terwijl de economie cultureel wordt, wordt de cultuur commercieel*, NRC Handelsblad, Amsterdam, 18 februari 2005, on-line beschikbaar op: www.nrc.nl

Nieuwsbrief Beeldende Kunst|Architectuur, nr.111, maart-april 2005, 56p., on-line beschikbaar op: <http://www.wvc.vlaanderen.be/beeldendekunst/NIEUWSBRIEF.htm> (27 mei 2005)

PIJBES, W., *Geef de Nederlandse rockefeller de ruimte. Kunstwereld moet zich openstellen voor particuliere investeerders*, Uit: Boekman 62, Kunst & Geld, Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, 17^e jaargang, winter 2005, pp.69-77

PORTER, M., *Concurrentiestrategie. Analysemethoden voor bedrijfstakken en industriële concurrentie*, Sijthoff, Amsterdam, 1980, 401p.

PORTER, M., *Concurrentievoordeel. De beste bedrijfsresultaten behalen en behouden*, Business contact, Amsterdam/Antwerpen, 2002, 328p.

RUYTERS, M., *De tijd van helden en solospelers is voorbij, interview met Rudi Laermans*, De Tijd, 27 maart 2004, 5p.

VAN ACKER, K., *Ondernemingsrecht*, Universiteit Gent, Gent, 2004, 200p.

VAN DER BREMPT, D., *Een omgeving voor actuele kunst, boekpresentatie*, Brussel, 26 maart 2004, 3p.

VAN DER BREMPT, D., *Creatieve industrie versus culturele industrie*, Begeleidende tekst bij verslag vergadering visiegroep culturele investeringsmaatschappij, Gent, 9 december 2004, 9p.

VAN DER HERTEN, B., JOLLING, P., *De creatieve industrie in Vlaanderen – aanzet tot een strategisch kader (2005-2009)*, Cel voor Cultuur-, Jeugd- en Sportbeleid, Brussel, 26p.

VAN DERSMISSEN, M., *Kunstwerken zijn geen luxeproducten, grote willekeur bij de BTW tarieven in de sector*, Uit: De Standaard, 20 maart 1998, p.43

VAN STEENKISTE, J., *Over initiatief beeldende kunsten*, Tekst cultuurmanagement, december 2004, 15p.

VELTHUIS, *Nieuwe inkomstenbronnen voor Nederlandse galleries*, Uit: Kunst te koop! Artistieke innovatie en commercie in het Nederlandse galeriestelsel, Boekmanstudies, Mondriaanstichting, 2001, pp.36-47

VERMEERSCH, I., *De private verzamelingen beeldende kunst. De verzamelaar op zoek naar finaliteit*, Universiteit Antwerpen, Academiejaar 2003-2004, 122p.

ZIENKOWSKI, J., *Het Debat omtrent een Nieuw Instrument voor Culturele Diversiteit in een Context van Cultuurindustrieën met een Globaal Actieterrein: een tegenwicht voor de WTO? 2004*, on-line beschikbaar op: <http://www.ethesis.net/wto/wto.htm> (15 mei 2005)

Websites

Arteconomy

www.arteconomy.be

Artolive

www.artolive.com

Banking on culture

<http://www.bankingonculture.com>

Belgacom

www.belgacom.be

Bundeskanzleramt Österreich

www.bundeskanzleramt.at

BUP

www.gotim.be/BUP

Cera Foundation

www.cera.be

Creative Advantage Fund

www.creative-advantage-fund.co.uk

Creative Capital

www.creativecapital.nl

Creative Clusters

www.creativecapital.nl

Creative industries

www.creative.leontief.net/industriesen.html

Cultural industries, a local point for culture in the future. 25 questions and answers. UNESCO, 2005

<http://portal.unesco.org/culture/>

Compendium Cultural Policies in Europe

www.culturalpolicies.net

Espeel-constructies

www.espeel.be

Europese Unie

<http://europa.eu.int/comm/culture/portal/>

Export Vlaanderen

www.export.vlaanderen.be

Gemeinschaftsbank

www.gemeinschaftsbank.de

Fonds d'Investissement de la culture et des communications (FICC)

www.ficc.qc.ca

Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappijen (GOM)

www.GOM.be

Gewestelijke Investeringsmaatschappij Vlaanderen (GIMV)

www.gimv.be

International Federation of Arts councils and cultural agencies IFACA

www.ifacca.org

Initiatief Beeldende Kunst

www.ibknet.be

Institut Català de les indústries culturals (ICIC)

<http://cultura.gencat.net/იცი>

Institut pour le financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC)

www.ifcic.fr

Kunstenaars & Co

www.kunstenaarsenco.nl

Kunst in huis

www.kunsthuis.be

Mckinsey & Company

www.mckinsey.com

Mondriaanstichting

www.mondriaanstichting.nl

Ondernemen in Vlaanderen – Vlaamse Gemeenschap

www.ondernemen.vlaanderen.be

Participatiefonds Vlaanderen

www.trividend.be & www.ondernemen.vlaanderen.be

Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV)

www.pmvlaanderen.be

Participatiemaatschappij Vlaanderen KMO: PMV-KMO

www.pmv-kmo.be

Société de Développement des Entreprises Culturelles: Sodec

www.sodec.gouv.qc.ca

Unilever

www.unilever.com

Vizo

www.vizo.be

Vlaams bouwmeester

www.vlaams-bouwmeester.be

Vlaams kenniscentrum Publiek-private samenwerking

www.Vlaanderen.be/PPS

Vlaamse overheid

www.Vlaanderen.be

WTO

www.wto.org

Interviews

Interview **Bart van der Hert en Peter Jolling** – Vlaamse Administratie Cultuur, 29 maart 2005

Interview **Marieke van Schijndel** – Mondriaanstichting, 5 april 2005

Interview **Ronny van de Velde** – Kunsthandelaar, 22 november 2003

Interview **Johan van Steenkiste** – Coördinator IBK, 28 februari 2005

Interview **Adriaan Raemdonck** – Galerie de Zwarte Panter, voorzitter BUP, 14 maart 2005

Interview **Adriaan Raemdonck en Paule de Boeck** – Bestuur BUP, 28 februari 2005

Interview **Dorian van der Brempt** – Voorzitter boek.be, 24 maart 2005

Interview **Dominique Demarez** – Advocaat, specialist ondernemingsrecht, 22 maart 2005

Interview **Jo Coucke** – Galerie Deweer, 29 maart 2005

Interview **Ann Overbergh** - 14 maart 2005

Schriftelijk interview: **Tim van Laere** - Tim van Laere Galerie, 30 april 2005

Schriftelijk interview **Frank Demaegd** – Galerie Zeno X, 13 november 2003

Schriftelijk interview **Stella Lohaus** – Stella Lohaus galerie, 9 mei 2005

Schriftelijk interview **Ann Vermeersch** – Vakgroep internationaal recht Ugent, 9 maart 2005

Telefonisch interview **Annette de Keyser** - Galerie Annette De Keyser, 6 mei 2005

Telefonisch interview **Joseph Sekcy** - Voorzitter Galerienverband Vienna, 22 maart 2005

Telefonische interview **Guus Broos** – Voorzitter Nederlandse Galerie Associatie, 9 maart 2005

Symposia en debatten

Creative Capital Conference – Amsterdam, 17&18 maart 2005

Judith van Kranendonk (Ministry of Education, Science and Culture, The Netherlands), Paul Rutten (researcher and consultant), Job Cohen (Mayor of Amsterdam), Geoff Mulgen (director of the Institute of Community Studies)

On-line beschikbaar op: www.creativecapital.nl/reports.php (15 mei 2005)

Art Brussels - Two debates (Bart de Baere – director Muhka, Wim Peeters - director Extra city) – Brussel, 16 april 2005:

Private collection – public connection: Anne Pontégnie (chief curator Wiels), Mario Christiani (galerist), Eva Gonzalez-Sancho (Director FRAC Bourgogne), Francis De Beir (collector), Pascal Gielen (Doctor in Sociology)

How trade can adapt to artists: Chris Decron (Director Haus der Kunst), Michael Neff (galerist), Els Opsomer (artist), Gert Robijns (artist)

CONTACTLIJST PROMOTIEGALERIES

(deze lijst staat open voor aanvulling)

Vlaamse promotiegaleries

Galerie Annette de Keyser: info@annettedekeyser.com
Jan Mot galerie: janmot@skynet.be
Maes & Matthys: fine@dandy-art.nu
Stella Lohaus Gallery: stella@stellalohausgallery.com
Galerie Tim van Laere: vanlaere.art@pandora.be
Porte 11: info@porte11.be
Koraalberg galerie: info@koraalberg.be
Galerie Zeno X: info@zeno-x.com
Galerie Annie Gentils: annie.gentils@pandora.be
Galerie 51: 51@pandora.be
Ruimte Morguen: morguen@pandora.be
Galerie Jamar: jamar@pandora.be
FST Forward: video@fstforward.be
Lieve Foncke galerie: lieve.foncke@pandora.be
Galerie De Witte Beer: info@dewittebeer.be
Jan dHaese galerie: jan.dhaese@telenet.be
Galerie Micheline Swajczer: info@gms.be
Galerie De Lege Ruimte: info@delegeruimte.be
Galerie Kunstzicht: kunstzicht@ugent.be
Galerie C. de Vos: info@galcdevos.be
Galerie de Buck: sdebuck@skynet.be
Galerie Beaulieu: gallery@iets.be
Dagmar de Poort galerie: info@dagmardepoortergallery.com
Galerie S&S: galeriesns@hotmail.com
Galerie fortlaan 17: galerie@fortlaan17.com
Galerie Jan Colle: jancolle@skynet.be
Objectif: objectif_belgium@pandora.be
Galerie Paule de Boeck: pauledeboeck@pauledeboeck.be
Richard Foncke: richard.fonckegallery@pandora.be
Galerie de zwarte panter: galerie@dezwartepanter.be
Deweert galerie: deweert@artsite.be
Van der Planken galerie: galerie.vdp@skynet.be
Zwart Huis: zwarthuis@pandora.be
France Lejeune Fine Art: eyecandy@pandora.be
Geukens en de Vil: geukensdevil@skynet.be
Grusenmeyerart gallery: grusenmeyerart@pandora.be
Het vijfde huis: info@inac.be
Meert-Rihoux galerie: greta.meert@skynet.be
A&A kunstintegratie: a.a@glo.be
Cotthem gallery: cotthem@cotthemgallery.com

Internationale Galerieassociaties

Zweden

The Swedish gallery association

Voorzitter: Marina Schiptjenko

Andréhn-Schiptjenko

Markvardsgatan 2

SE-113 53 Stockholm

Sweden

Tel: +46 (0)8-6120075

Email: marina@andrehn-schiptjenko.com

<http://www.galleriforbundet.com/eng/operations/>

New York

Williamsburg Gallery Association

Email : info@williamsburggalleryassociation.com.

UK

VAGA The Visual Arts and Galleries Association

Voorzitter: Hilary Gresty

The Old Village School, Witcham, Ely

Cambridgeshire CB6 2LQ

Tel: 01353 776356

Fax: 01353 775411

Email: admin@vaga.co.uk

www.vaga.co.uk

Duitsland

Bundesverband Deutscher Galerien e.V.

Voorzitter: Bernhard Wittenbrink

Obenmarspforten 7-11

50667 Köln

Tel (0221) 277 499-0

Fax (0221) 277 499 20

Email: info@bvdg.de

<http://www.bvdg.de/>

Italië

AGRAM

Voorzitter.: Carmine Siniscalco

Studio S-Arte Contemporanea

Tel./fax 06/3612086

Email: argam@ware.it

<http://arte.ware.it/ARGAM/Primaverile/index.html>

Oostenrijk

Verband Österreichischer Galerien moderner Kunst

Voorzitter: Joseph Secky

Museumsquartier, Stiege 6

Museumsplatz 1

A-1070 Wien

Tel: 01/522 91 26

Fax: 01/522 91 27

E-Mail: galerienverband@aon.at

<http://www.kunstnet.at/verband/>

Nederland

Nederlandse galerie associatie

Voorzitter: Guus Broos

Westeinde 22

2512 HD Den Haag, Nederland

Tel: 070-3605001

Fax: 070-3923383

Email: info@nga.fol.nl

<http://www.galleries.nl/nga/>

Zwitserland

AGS Verband Schweizer Galerien

Voorzitter: Luigi Kurmann

Gerbergasse 26

4001 Basel

Tel.: +41 61/261 23 75

Fax: +41 61/261 46 14,

Email: info@artgalleries.ch

http://www.artgalleries.ch/index.html?page_id=1

Canada

Ontario Association of Art Galleries

Voorzitter: Demetra Christakos

49 McCaul St. Sulte N2

Toronto, Ont M5T 2W7

Tel : 416 589 07 14

Fax : 416 598 4128

Email : Oaag@oaag.org

www.oaag.org/programs/