

WALTER VAN ANDEL (LECTOR) • VEERLE SPRONCK (ASSOCIATE LECTOR)



OPENBARE LES

Lectoraat Waarde(n)vol ondernemen in en door de kunsten

WALTER VAN ANDEL (LECTOR) • VEERLE SPRONCK (ASSOCIATE LECTOR)



OPENBARE LES

Lectoraat Waarde(n)vol ondernemen in en door de kunsten



Individual. fashion
movement 3.0

of hadie
just
Maxima



Calder

Occup
brug functie
beheerd
opdrachten
nautie

ZALANDO

RESTSTOFFEN



KETEN
die
materiel
overhef

Reputatie
geld
klnact

innoveren
stijp

met
NASA



crowd funding
co-financiering

Exposities
netwerken

Ayden
Mondriaan

Van Gogh
student!



- 4 **Voorwoord**
Heleen Jumelet
- 6 **Waarde(n)vol ondernemen
in en door de kunsten**
INAUGURELE REDE
Walter van Andel en Veerle Spronck

- 16 **Workshop I**
WAARDE-WANDELINGEN
Lopend onderzoek... naar kunstbeleving
Esther Willemse
- 22 **Workshop II**
CARE SCORES COMPONEREN
Samen zorgen voor 'de Klinkboom'
Veerle Spronck
- 28 **Workshop III**
'WHAT IF WE STOP?'
Duurzame businessmodellen maken
Walter van Andel



Voorwoord

Als HKU vormen we de makers, verbeelders, en veranderaars van de toekomst. Wij bereiden studenten voor op een toekomst waarin zij waarde creëren met hun talent, hun kunst en professionaliteit en hun autonome manier van denken. Vanuit deze kern van het maken zijn onderwijs en onderzoek aan HKU op een natuurlijk wijze met elkaar verweven. Ondernemerschap speelt hier een belangrijke rol in. Onze studenten en alumni tonen lef, durven richtingen te kiezen en maken hiervoor gegronde artistieke, esthetische en maatschappelijke keuzes. Daarbij worden ook organisatorische keuzes pertinent: hoe kun je ervoor zorgen dat je je doelstellingen (zij het artistiek, financieel, sociaal-maatschappelijk, of van een andere orde) kan waarmaken door het maken van organisatorische en strategische keuzes?

In deze zine introduceren onze nieuwe lector Walter van Andel en associate lector Veerle Spronck hun visie op het onderzoek naar ondernemerschap in de creatieve praktijk. In hun uitdagende zoektocht naar oplossingen voor een 'caring, regeneratieve en reflectieve creatieve praktijk én samenleving' sluiten ze aan bij onze ambitie om als kunsthogeschool midden in de samenleving te staan. HKU concretiseert deze ambitie invulling door te werken rond drie 'lichtpunten': de kunst van duurzaamheid & circulariteit; de kunst van identiteit & inclusie; en de kunst van zorg & welzijn. Walter en Veerle geven in hun inaugurele rede aan hoe deze thematieken centraal kunnen staan in het vinden van gezond, duurzaam en waarde(n)vol creatief ondernemerschap en hoe zij hier onderzoek naar willen doen.

Met veel plezier versturen we deze zine dan ook in de vorm van een uitnodiging: wij nodigen iedereen uit om met onze lectoren, docenten en studenten het debat en het onderzoek aan te gaan naar de bouwstenen die een gezonde creatieve praktijk en samenleving mogelijk maken. Deze zine nodigt ook uit om zelf te proeven aan het type onderzoek waar Walter en Veerle aan gaan werken. Naast een introductie op hun onderzoeksvisie, leest u ook over de drie workshops die hebben plaatsgevonden tijdens de openbare les, met daarbij instructies om ook zelf aan de slag te gaan met de toegepaste methodes. Zowel in de workshops als in de instructies staan gezamenlijkheid, experiment en multidisciplinariteit centraal. Het is exemplarisch voor de wijze waarop wij als HKU praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek beschouwen, doen en door ontwikkelen. Kunst en makerschap helpen ons een pad te vinden, zonder dat we precies weten waar we naar toe gaan. Praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek in de kunsten helpt ons dat pad te beschrijven en op onderdelen navolgbaar te maken. Ik verheug me enorm op het samenwerken met Walter en Veerle en alle spannende onderzoeken, projecten en uitkomsten die gaan volgen!

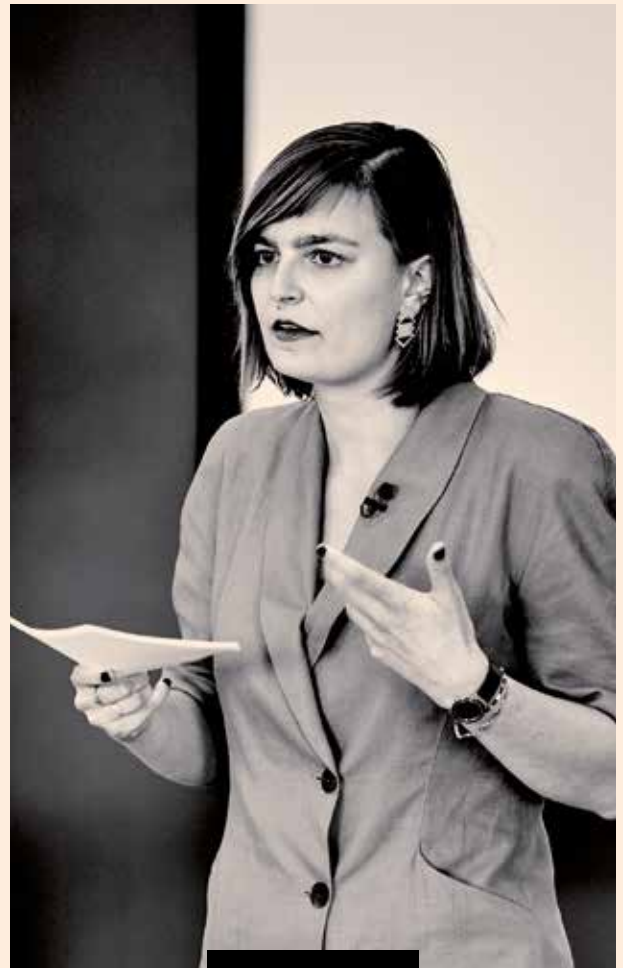
Heleen Jumelet
Voorzitter College van Bestuur HKU

WIJ NODIGEN IEDEREEN UIT OM
MET ONZE LECTOREN, DOCENTEN EN
STUDENTEN HET DEBAT EN HET ONDERZOEK
AAN TE GAAN NAAR DE BOUWSTENEN
DIE EEN GEZONDE CREATIEVE PRAKTIJK EN
SAMENLEVING MOGELIJK MAKEN

Walter van Andel



Veerle Spronck



6 Waarde(n)vol ondernemen in en door de kunsten

Walter van Andel & Veerle Spronck

Een modeontwerper die een nieuw materiaal ontwikkelt, een nieuwe stof waarmee ze kleding kan ontwerpen. Met gerecycled plastic gaat ze aan de slag om een collectie te ontwerpen. Haar werk levert niet alleen verrassende kledingstukken op, het stelt ook kritische vragen: hoe verhoud je je als modeontwerper tot de problematische realiteit van de mode-industrie? Hoe maak je daar deel van uit? En wat nou als je dat niet wil? Ze zoekt naar een duurzamer alternatief. Voor de mode en de wereld.



VIVIAN ERDTSIECK (2022)

WHAT IF WE STOP?

Er is altijd weer wat nieuws te kopen en te proberen in de modewereld van vandaag. We hebben we vrijheid om te dragen en te kopen wat we willen. Maar is dat eigenlijk wel vrijheid? En wat als we er eens mee zouden stoppen? Ontwerper Vivian Erdtsieck stelde zich deze vragen tijdens haar afstuderen van de HKU Bachelor Fashion Design. Ze ontwikkelde een gerecycled en circulair materiaal dat gemaakt is van bioplastic en versnipperd textiel en ontwierp juist met deze materialen nieuwe items.

Een groep social designers die als proces-regisseurs werken. Ze brengen verschillende domeinen bij elkaar zodat er op een duurzame en mooie manier zonne-energie opgewekt kan worden. Ze leven zich in, in de verschillende zorgen die er leven bij partners: hoe duur wordt het? Wat betekent het voor het landschap? Wat gebeurt er materiaal-technisch? Wat is esthetisch verantwoord en kan dat beter? Hoe kunnen wij samen met al onze verschillen zo goed mogelijk leven in deze wereld? De social designers maken verschillende stemmen hoorbaar, bouwen bruggen en leggen verbindingen om tot een goed product te komen. Goed volgens verschillende maatstaven tegelijkertijd.

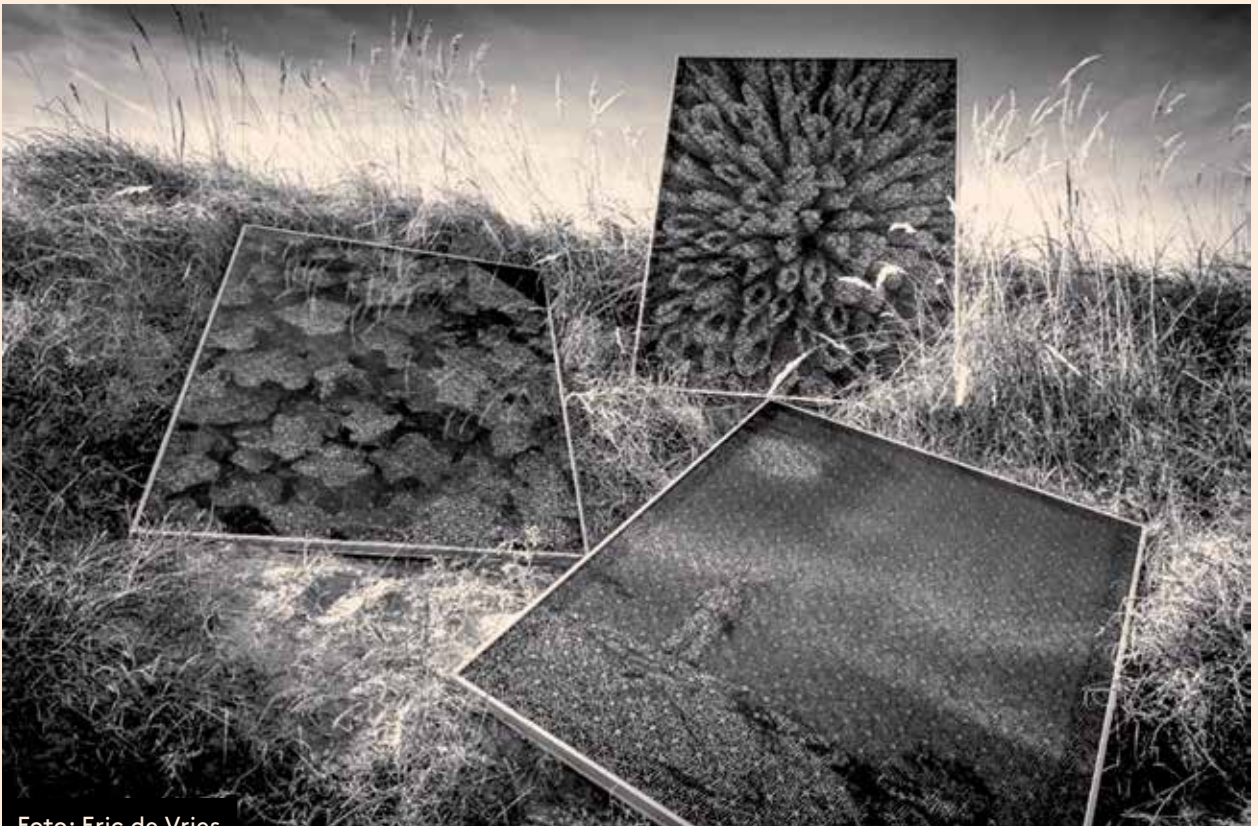


Foto: Eric de Vries

DESIGN INNOVATION GROUP (I.S.M. TNO, WUR EN TS VISUALS) (2019-2021)

IN MY BACKYARD PLEASE

Hoe kun je ervoor zorgen dat er zonneparken ontwikkeld worden die wél omarmd worden door omwonenden? In dit project ging een multidisciplinaire groep onderzoekers en ontwerpers aan de slag met die vraag. Bij een traditioneel zonnepark wordt de inrichting bepaald door de investeerden, en is die dus gericht op opbrengsten. Dit consortium vertrok vanuit alle belanghebbende partijen en kwam door middel van co-creatie tot nieuwe inzichten én ideeën.

Een muzikant/performer/geluidskunstenaar die een sprong in het diepe waagt: ze ontwikkelt zelf haar eigen instrumenten, maakt daar performances mee, en in samenwerking met anderen organiseert ze zich op haar eigen manier. Een manier die bij haar praktijk past, waar zij zich prettig bij voelt. Maar die ook tot reflectie op haar vakgebied – de muziek, de geluidskunst – leidt, omdat ze experimenteert. Ze daagt de grenzen uit van wat wij onder 'muziek' verstaan. Ze gebruikt muziek als verbinder tussen mens en wereld.



GEMMA LUZ BOSCH (2021-NU)

SOUND OF CLAY

Voor Gemma begint alles bij geluid. Tijdens haar studie Musician 3.0 aan HKU begon ze al met het maken van haar eigen instrumenten. In een serie, die nog altijd uitgebreid wordt, creëert ze fluiten van klei. Sommige moeten bespeeld worden met je mond, andere dienen in het water gedompeld te worden. Het materiaal, de klei, het water, zijn net zozeer musicus als degene die het instrument bespeeld. De instrumenten zijn onvoorspelbaar en vragen je goed te luisteren naar wat er in het moment ontstaat.

WIE aan creatief ondernemerschap denkt, denkt al gauw aan facturen, Zzp'ers en prijsbepaling. En hoewel die zaken natuurlijk ook onderdeel uitmaken van de drie praktijken die we zojuist schetsten, speelt ondernemen volgens ons een veel belangrijkere, meer integrale rol in de praktijken van jonge creatieve professionals. Ze willen een *bijdrage* leveren aan de maatschappij of aan hun eigen disciplines. Een verschil maken. Ze willen zichzelf professioneel organiseren op een manier die voor *hen* werkt. In dit lectoraat, vatten wij het begrip creatief ondernemerschap in ruime zin op. We zien het als het proces waarmee creatieve professionals – dat kan als individu zijn, zoals de musicus, of in de vorm van een organisatie zoals de groep die werkte aan nieuwe zonnepanelen – ervoor zorgen dat zij hun doelstellingen kunnen waarmaken door het maken van organisatorische en strategische keuzes. Deze doelstellingen kunnen heel divers zijn: die kunnen bijvoorbeeld liggen op artistiek en creatief vlak, op sociaal-maatschappelijk vlak, maar ook op financieel vlak.

ONDERNEMEN IN EEN COMPLEXE WERELD

De doelstellingen die creatieve professionals tegenwoordig in balans proberen te houden zijn ontzettend divers. De wereld waarin de studenten die wij vandaag opleiden terecht komen kan met recht interessant, uitdagend, maar ook complex genoemd worden.

Het is een context waarin ingewikkelde problemen centraal staan: uitdagingen met betrekking tot duurzaamheid en het klimaat, vragen over hoe we op een gezonde manier door kunnen leven, onzekerheid over welke rol de digitale wereld daarin speelt en gaat spelen. Wat dergelijke problemen kenmerkt, is dat ze een situatie scheppen waarin je je tegelijkertijd dient te verhouden tot grote globale vraagstukken en tot thema's die zich afspelen op het niveau van je directe lokale leefomgeving.

In beleidsrapporten lees je de vraag om de hulp van de creatieve industrie: creatieve professionals moeten een bijdrage leveren aan zulke complexe maatschappelijke vraagstukken.¹ Maar het zijn niet alleen overheden die de creatieve sector willen verbinden aan maatschappelijke vraagstukken. Als je ook maar even om je heen kijkt binnen HKU of in de praktijk daarbuiten, zie je ook in toenemende mate de behoefte en drive van creatieve professionals *zelf* om een verschil te maken. Ze willen zorgdragen voor de maatschappij van nu en van de toekomst, ze willen deze helpen ontwerpen en beseffen zich dat ze om dat te kunnen doen ook opnieuw zullen moeten nadenken over hun eigen sector – van mode tot muziek.

Ondernemen gaat vaak om een combinatie van verschillende doelstellingen, en om deze te bereiken moeten er allerlei keuzes gemaakt worden over welke activiteiten er gedaan moeten worden, welke middelen ingezet en ontwikkeld, en welke samenwerkingen aangegaan.

¹ CLICKNL. (2020). *Veerkracht: Kennis- en innovatieagenda voor de creatieve industrie 2020–2023*. CLICKNL; Coalitieakkoord. (2021). *Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst*. Geraadpleegd via: <https://www.kabinetsformatie2021.nl/documenten/publicaties/2021/12/15/coalitieakkoord-omzien-naar-elkaar-vooruitkijken-naar-de-toekomst>

Als we goed kijken zien we dat ook terug in de drie praktijken die we al introduceerden: de modeontwerper die een nieuwe stof ontwerpt die circulair is – beter voor de toekomst van de wereld, de social designers die zich, in samenwerking met anderen, bekommeren om de energietransitie die noodzakelijk is, maar ook de geluidskunstenaar/ musicus die kritisch reflecteert op haar eigen domein en de identiteit van de muziek.

SAMEN MIDDEN IN DE SAMENLEVING

Creatieve professionals vandaag werken meer dan ooit samen. Ze werken samen met andere creatieve disciplines, gemeenten, provincies, de nationale overheid, ziekenhuizen, universiteiten, bedrijven. En ze doen dat op verschillende manieren, soms vanuit eigen initiatief, en soms omdat ze meewerken aan projecten waaraan ze zich verbonden voelen vanuit gedeelde waarden. Ze nemen opdrachten aan en voeren die uit, rammelen aan de deur om verstorende interventies te kunnen doen, agenderen en problematiseren maatschappelijke thema's in werken, tentoonstellingen of voorstellingen, of werken als één van de partners in grote transdisciplinaire projecten.²

De beroepspraktijk van creatieve professionals lijkt dus is in beweging en dit vraagt nogal wat. Nieuwe samenwerkingen vragen om nieuwe vaardigheden, nieuwe rollen, en nieuwe werkwijzen. HKU is zich daarvan bewust en leidt haar studenten juist op om zich soepel te bewegen in verschillende rollen en contexten.³ In het recente analyses van deze ontwikkelingen is er met name aandacht voor het definiëren van de verschillende rollen.⁴ Er is weinig kennis over de implicaties die ze hebben voor de praktijk, terwijl projecten rondom complexe maatschappelijke kwesties ook hun weerslag lijken te hebben op de organisatie van de creatieve praktijk zelf. Dat terwijl deze ontwikkelingen een hoop belangrijke vragen opleveren: Hoe kan je je creatieve praktijk organiseren dat je zowel je maatschappelijke doelen als je artistieke en persoonlijke doelen kan bereiken? En kun je je dusdanig organiseren dat deze verschillende doelen elkaar juist versterken en niet in de weg zitten?

Zulke vragen zijn cruciaal, want niet alleen weten we hoe creatieve professionals zich zorgen maken over de wereld om hen heen, er bestaan ook zorgen over de creatieve praktijk.

Een verschil maken in de samenleving en binnen maatschappelijke vraagstukken lukt maar zelden in je eentje. Creatieve professionals moeten zich op nieuwe manieren organiseren, en moeten kritisch kunnen reflecteren op hun eigen discipline en hun bijdrage daaraan. Die twee zaken, nieuwe samenwerkingen en kritische reflectie op de eigen praktijk, zijn volgens ons onlosmakelijk met elkaar verbonden.

² Voor voorbeelden en overzichten van zulke ontwikkelingen zie: Berthoin Antal, A. (2012). Artistic intervention residencies and their intermediaries: A comparative analysis. *Organizational aesthetics*, 1(1): 44-67; Downey, A. (2009). An ethics of engagement: Collaborative art practices and the return of the ethnographer. *Third Text*, 23(5): 593-603; Sandberg, B. (2021). Lost in innovation: Artists as liminal residents in the fuzzy front end. *Organizational aesthetics*, 10(2): 12-40.

³ HKU. (2018). *HKU Instellingsplan 2019-2024*. Geraadpleegd via <https://www.hku.nl/over-hku/beleid-kwaliteit/instellingsplan-2019-2024>

⁴ Zie bijvoorbeeld: Design Council. (2021). *Beyond Net Zero: A systemic design approach*. Design council UK.

Hoewel veel kunstenaars, musici, ontwerpers zich vol vuur bezighouden met een betere en gezondere wereld, is er nog veel 'ongezondheid' in de creatieve sector zelf. Het hedendaagse werkveld is gepolariseerd: met aan de ene kant grote bedrijven en aan de andere kant een grote hoeveelheid kleine organisaties die een niche bedienen.⁵ De kleine organisaties zijn vaak overgeleverd aan extern gefinancierde kortlopende projecten, maar om maatschappelijke impact te maken zijn lange lijnen nodig. Veel jonge creatieve professionals bevinden zich in precaire situaties: afhankelijk van subsidies, slecht betaalde arbeid. We zien dat zulke precaire situaties leiden tot stress en burn-outs, maar ook tot een vaak maar korte levensduur van organisaties.⁶ We zien heel veel creatieve praktijken die worden opgestart, maar die ook weer binnen enkele jaren ophouden te bestaan. Het vinden van manieren om een gezonde, duurzame praktijk in te richten is dan ook een grote uitdaging voor vele creatieve professionals en organisaties.

In dit lectoraat willen wij een zoektocht inzetten naar mogelijke bouwstenen van een gezonde en duurzame creatieve praktijk. Voor ons betekent een dergelijke gezonde en duurzame creatieve praktijk dat er ruimte wordt gecreëerd voor het nastreven van een combinatie van doelen. Een duurzame creatieve organisatie moet structureel financieel gezond kunnen zijn, maar moet ook de ruimte hebben om zich artistiek en creatief te kunnen blijven ontwikkelen, en moet daarnaast ook ruimte hebben voor haar sociaal-maatschappelijke doelen. We koppelen het begrip 'ondernemen' bewust aan deze zoektocht: hoe kun je een duurzame creatieve praktijk opbouwen door het maken van doordachte strategische keuzes en het inzetten van ondernemende vaardigheden?

En misschien kunnen ondernemende vaardigheden zelfs op innovatieve wijze worden ingezet – in de sector is er namelijk een sluimerend bewustzijn te zien dat nieuwe economische denkkaders nodig zijn om de maatschappelijke uitdagingen van vandaag aan te pakken.⁷ Traditionele economische denkkaders die gestoeld zijn op groei en economische impact worden binnen en buiten de creatieve praktijk steeds meer in vraag gesteld. Juist binnen in de creatieve sector zijn experimenten met innovatieve alternatieven al gaande (denk bijvoorbeeld aan de opkomst van collectieve eigenaarschapsvormen die zijn georganiseerd volgens commoning-principes).⁸ Denk bijvoorbeeld aan Het Hof van Cartesius in Utrecht, waar meer dan honderd creatieve en duurzame ondernemers door middel van collectieve verantwoordelijkheden een werkplek voor en door elkaar hebben vormgegeven.⁹ Eigenaarschap, winst, groei, en andere kernbegrippen uit de economie worden kritisch bevraagd en alternatieven worden in de praktijk gebracht. Om uit te zoeken of en hoe het anders kan. En om opnieuw te definiëren wat een 'goede' praktijk vandaag de dag is. In en door dit soort alternatieven wordt het mogelijk om opnieuw te bevragen wat economisch denken inhoudt.

Er is verder onderzoek en experimenteerruimte nodig om te begrijpen hoe het economisch denken aan het veranderen is, wat dit betekent voor creatieve professionals, en hoe de creatieve praktijk een voorloper en aanjager kan zijn op het gebied van nieuwe organisatievormen. Hier wil dit lectoraat gehoor aan geven de komende jaren.

⁵ Van Anel, W. (2020). *Balancing the creative business model: Essays on business models of creative organizations within and between institutional fields*. Universiteit Antwerpen.; Jeffcutt, P., & Pratt, A. C. (2002). Managing creativity in the cultural industries. *Creativity & Innovation Management*, 225–233.

⁶ Warren, L., & Fuller, T. (2009, September 15). *Methodological issues arising from research into the emergence of enterprise in the creative industries*. British Academy of Management Conference, Brighton.

⁷ Zie onder andere: Klomp, K., & Oosterwaal, S. (2021). *Thrive—Fundamentals for a New Economy*. Business Contact.

⁸ Dockx, N. & Gielen, P. (2018). *Commonism: A new aesthetics of the real*. Valiz/Antennae Series; Gielen, P. (2009). *The Murmuring of the Artistic Multitude: Global Art, Politics and Post-Fordism*. Valiz/Antennae Series.

⁹ Zie: <https://www.hofvancartesius.nl/>

Maar waar te beginnen in de maatschappij? De problemen zijn zo groot, de sector zo wijdverspreid. HKU concretiseert haar positie in de samenleving door aandacht te richten op drie kwesties die spelen binnen haar onderwijs en onderzoek en deze op die manier beter zichtbaar te maken. HKU legt de focus op de 'lichtpunten':

LICHTPUNTEN

- DE KUNST VAN ZORG & WELZIJN
- DE KUNST VAN DUURZAAMHEID & CIRCULARITEIT
- DE KUNST VAN IDENTITEIT & INCLUSIE

Deze HKU-lichtpunten vormen voor ons een vertrekpunt en bron van inspiratie. Hoewel ze centraal staan in het overkoepelende HKU-beleid, zijn het maatschappelijke domeinen die voortkomen uit de aandacht die studenten en medewerkers de afgelopen jaren richten op deze kwesties – denk aan afstudeerprojecten in de zorg, het bevragen van het eigen muzikantschap of verdiepende modules over bio-art en ecologie.¹⁰

Wij zien in de lichtpunten een belangrijke dubbelslag die de basis vormt van ons denken in dit lectoraat.

DE WEDERKERIGHEID VAN WAARDE

Ten eerste vatten wij de lichtpunten op als maatschappelijke thema's waar de creatieve praktijk aan bijdraagt of aan bij zou kunnen dragen. Wij stellen dus dat de creatieve praktijk een cruciale bijdrage kan leveren op het gebied van zorg en welzijn, in de zoektocht naar duurzaamheid en circulariteit en op het gebied van identiteit en inclusie op maatschappelijk niveau.

Kunstenaars, ontwerpers, musici en andere creatieve professionals hebben specifieke kennis, capaciteiten, denk- en werkwijzen die zouden kunnen bijdragen aan het vinden van nieuwe mogelijkheden om de wereld duurzamer te maken, of zorg helpena dragen voor de maatschappij, of nieuwe identiteiten vertegenwoordigen, bevragen en zichtbaar of juist onzichtbaar maken. DE CREATIEVE PRAKTIJK KAN DAN DUS WAARDEVOL ZIJN VOOR DE MAATSCHAPPIJ.

Waarde(n)vol voor de maatschappij

Kunst van zorg en welzijn	Bijdragen aan een maatschappij die werkt 'with care'
Kunst van duurzaamheid en circulariteit	Bijdragen aan een duurzamere samenleving
Kunst van identiteit en inclusie	Bijdragen aan een meer inclusieve samenleving

¹⁰ Zie bijvoorbeeld: <https://www.hku.nl/het-werk-van-hku/projecten/kunst,-technologie-en-ecologie> en <https://www.hku.nl/onderzoek-en-expertise/meer-onderzoek-en-expertise/de-kunst-van-zorg-en-welzijn>

Ten tweede stellen wij in dit lectoraat ook dat de lichtpunten op *nog* een manier opgevat kunnen worden. Namelijk als organiserende principes binnen de creatieve praktijk zelf.

Organiserende principes die standaard zijn voor vele sectoren, zoals bijvoorbeeld een focus op groei, winst en aandeelhouderswaarde, kunnen leiden tot ongunstige effecten in de creatieve praktijk. In de afgelopen decennia was het de standaard dat organisaties met name gestoeld waren op dergelijke economische principes, maar deze focus op competitie en individualisme botst echter met verschillende aspecten van de realiteit in de creatieve sector,

met een hoge mate van precariteit, onzekerheid en (artistieke) uitputting tot gevolg. Creatieve praktijken zoeken tegenwoordig naar alternatieven: hoe kunnen andere waarden centraal worden gesteld? Het stellen van zo'n vraag is een cruciaal ondernemerschapproces.

In dit lectoraat zullen wij de komende jaren verder onderzoeken op welke manier de drie thema's uit de lichtpunten kunnen functioneren als (nieuwe) organiserende principes en zo een voedingsbodem kunnen bieden voor een WAARDE(N)VOLLE CREATIEVE PRAKTIJK. Vanuit deze invalshoek komen weer andere vragen op:

Een Waarde(n)volle creatieve praktijk

Kunst van zorg en welzijn

Care als organiserend principe
Een 'caring' organisatie

Kunst van duurzaamheid en circulariteit

Organiseren te behoefte van duurzaamheid
Een regeneratieve organisatie

Kunst van identiteit en inclusie

Articuleren van identiteit en waardecreatie
Een reflectieve organisatie



Wat zou het bijvoorbeeld betekenen om *care* serieus te nemen als organiserend principe? Hoe kun je een organisatie opbouwen die gestoeld is op zorgzaam zijn voor alle betrokken stakeholders? Hoe kun je met zorg handelen? Wat betekent dat? Als organiserend principe vereist *care* een aandachtige zoektocht naar nieuwe balansen tussen risico's nemen en zorg dragen voor de eigen organisatie en al haar onderdelen.¹¹

Maar ook: hoe kun je je organiseren ten behoeve van duurzaamheid op langetermijn? Wat is eigenlijk een duurzame creatieve praktijk en hoe kun je die opbouwen? Voor ons is een duurzame creatieve praktijk in ieder geval een 'regeneratieve' praktijk. Een praktijk waarin er ruimte is voor een balans tussen artistieke doelstellingen én financiële gezondheid. De doelstellingen gaan niet ten koste van elkaar, maar in de wisselwerking worden er juist nieuwe mogelijkheden gegenereert.

Tenslotte zien we ook in het lichtpunt over identiteit en inclusie een belangrijk potentieel organiserend principe. Wat zou het betekenen om het articuleren van identiteit en waardecreatie centraal te stellen?

Het wordt daarmee een kernactiviteit om te vragen wie *jij* bent in het geheel. Hoe is je praktijk van waarde? Welke identiteit neem je aan in (tijdelijke) samenwerkingen en welke rol zeker niet? Dit laatste organiserende principe leidt tot vragen over eigenaarschap, co-creatie en participatie: wat wie is de praktijk en wie heeft (relevante) kennis? Tot wie verhouden we ons en hoe?¹²

Kortom binnen dit lectoraat zien we de drie lichtpunten dus zowel als IMPACTGEBIEDEN – gebieden in de maatschappij waar de kunsten aan bij kunnen dragen, en als ORGANISERENDE PRINCIPES die van waarde kunnen zijn voor het organiseren van een gezonde, duurzame en reflectieve creatieve praktijk. Bovendien veronderstellen wij dat er een belangrijke relatie en afhankelijkheid tussen beide aspecten ligt. Bijdragen aan transities in de maatschappij kan het beste als ook de creatieve praktijk op een bestendige wijze is georganiseerd. Oftewel: een waarde(n)volle creatieve praktijk kan het meest waarde(n)vol zijn voor de maatschappij. De twee onafhankelijke aspecten én de wederkerigheid tussen beide zal daarom de basis vormen voor de invulling van dit lectoraat. Het kernthema waar rond al het onderzoek van het lectoraat zal worden georganiseerd is dus:

Waarde(n)vol ondernemen in en door de kunsten Naar een caring, regeneratieve en reflectieve creatieve praktijk én samenleving

¹¹ Care theory is, anders dan je wellicht zou verwachten, geen theorie van de gezondheidszorg. In plaats daarvan hebben verschillende feministische filosofen, antropologen, economen en politicologen 'care' ontwikkeld als een moreel en politiek concept dat zijn weerslag heeft op de hele samenleving. We volgen hun definitie en zien *care* als activiteiten die we uitvoeren om de wereld om ons heen te onderhouden, en te repareren zodat we daar binnen met zijn allen – mens en natuur – zo goed mogelijk kunnen leven. Zie: Fisher, B. & Tronto, J. (1990). Towards a feminist theory of care. In E. Abel & M. Nelson (Eds.), *Circles of Care: Work and identity in women's lives* (pp. 36-54). State University of New York Press.; Mol, A., Moser, I., & Pols, J. (Red.). (2010). *Care in Practice: On Tinkering in Clinics, Homes and Farms*. Transcript Verlag; Tronto, J. (2010). Creating Caring Institutions: Politics, Plurality, and Purpose. *Ethics and Social Welfare*, 4(2): 158-171.

¹² Spronck (2022). *Listen Closely: Innovating Audience Participation in Symphonic Music*. Universiteit Maastricht.; Spronck, V. (2019). Drawing Instruments drawing instruments: Over tekenen als methode voor reflectie. *FORUM+: Voor onderzoek en kunsten*. 26(1): 4-13.

SAMEN AAN DE SLAG

Het moge duidelijk zijn: er is nog veel onontgonnen terrein en wij hebben zeker de antwoorden op de vragen die we stellen (nog) niet. Wel denken wij dat het urgent is om de mogelijkheden van ondernemerschap in en door de kunsten te onderzoeken, en ermee te experimenteren – samen met studenten en docenten maar ook met alumni en andere professionals in de praktijk. De komende jaren gaan we gezamenlijk aan de slag.

Terugkijkend op de thema's en vragen die wij hebben geschetst, zijn er drie thema's te onderscheiden waar wij onderzoek naar willen doen:

- 1 Vernieuwende businessmodellen en organisatievormen voor de creatieve praktijk
- 2 Nieuwe vormen van (transdisciplinaire) samenwerking
- 3 Impact en waarde van de kunsten

Deze thema's vormen de kern voor de drie onderzoekslijnen die we de komende jaren gaan ontwikkelen. De drie onderzoekslijnen leveren fundamentele vragen op die volgens ons alleen vanuit de alledaagse praktijk bestudeerd kunnen worden, want *daar* op het bureau van beleidsmakers, in de studio van jonge makers, en op de werkvloer van innovatieve creatieve organisaties ontstaan de antwoorden op zulke vragen. Dat vraagt om een combinatie van observerend, empirisch onderzoek naar de praktijk en participatief actiegericht en artistiek onderzoek *samen* met de praktijk.¹³ Een belangrijk uitgangspunt van dit lectoraat is dat wij ons *leaning forward* willen positioneren: wij willen door middel van ons onderzoek niet alleen leren van creatieve professional (in spé) – van studenten, alumni tot partners in de regio, maar juist ook hen helpen om te experimenteren met het ontwerpen van nieuwe werkvormen.

Op 13 mei 2022, nadat we de inaugurele rede uitspraken, gingen we daarom gezamenlijk aan het werk. Samen met alle aanwezigen staken we de handen uit de mouwen in drie workshops die zich elk focusten op één van de hoofdlijnen van het lectoraat. In deze zine nodigen we jou uit om met ons aan de slag te gaan: naast verslagen van de workshops vind je in wat volgt drie opdrachten waarmee je zelf ook onze werkvormen uit kunt proberen.

Aan de slag!

¹³ Zie bijvoorbeeld: Haiven, M., & Khasnabish, A. (2014). *The Radical Imagination: Social Movement Research in the Age of Austerity*. Zed Books.; Reason, P. & Bradbury, H. (Red.). (2001). *The Handbook of Action Research*. Sage.; Friedman, V. (2001). Action Science: Creating Communities of Inquiry in Communities of Practice. In P. Reason and H. Bradbury (Red.), *The Handbook of Action Research* (pp. 159–70). Sage Publishers.; MacIntyre, A. (2007). *Participatory Action Research*. SAGE Publications.; Benschop, R. (2015). *De eland is een eigenwijs dier: Een gedachtenexperiment over de praktijk en relevantie van artistiek onderzoek* [inaugurele rede]. Lectoraat autonomie en openbaarheid in de kunsten, Hogeschool Zuyd.

Met welke specifieke woorden drukken mensen de waarde van kunst uit? Wat is de taal van de persoonlijke kunstbeleving, een taal mogelijk anders dan die van het economische- of artistieke nut? Het zijn vragen waar ik als docent-onderzoeker onderzoek naar doe binnen het lectoraat 'Waarde(n)vol ondernemen in en door de kunsten'. Om dat te doen heb ik een onderzoeksmethode ontwikkeld die me helpt om de (gevoels-)taal van kunstbeleving te vangen, op een ongedwongen manier; namelijk wandelen. Door samen, in duo, te wandelen en het gesprek over kunst(beleving) te voeren, wordt persoonlijke kunstbeleving in kaart gebracht. Want zit er op het gevoelsniveau niet óók een essentieel element van de waarde van kunst voor een samenleving verankerd?

Workshop I

Esther Willemse

WAARDE-WANDELINGEN

Lopend onderzoek... naar kunstbeleving

Een klein uur lang gingen veertien deelnemers – van collega's van HKU en daarbuiten tot familieleden van de lectoren – op pad richting het Wilhelminapark. We startten voor de deur van HKU-locatie IBB met een korte introductie en vertrokken, in duo's. De eerste instructie was om een 'kunstbeleving' in herinnering te brengen die men was bijgebleven, dat was de start van het gesprek.

Op 13 mei 2022, tijdens de lancering van het lectoraat, konden deelnemers kennismaken met wandelen als onderzoeksmethode. Tijdens mijn workshop introduceerde ik het onderzoekproject en testte ik wat er gebeurt als deelnemers 'met instructies' wandelen, en dus zonder dat ik zelf de gespreksleider ben.

Tot nu had ik alle wandelingen namelijk zelf gelopen, ik was onderdeel van ieder gesprek. Daardoor hield ik ook de regie over de gesprekken die plaatsvonden. De vraag was of een dergelijke wandeling ook mogelijk is met instructies, zonder dat ik daar zelf als onderzoeker deel van uitmaak? Als dat kan, zou dat betekenen dat het aantal wandelingen en daarmee de hoeveelheid data in mijn onderzoek opgeschroefd kan worden. Bovendien werden de wandelingen die ik zelf al maakte als prettig ervaren: ze hadden een waarde op zich omdat ze zorgen voor bewustwording van persoonlijke kunstbeleving. Dus hoe meer mensen kunnen wandelen, hoe beter. De deelnemers werden de 'proefwandelaars' die met instructies op pad werden gestuurd.

Al snel, het was ongeveer tien minuten lopen richting het park naar de boom waar we zouden verzamelen, gingen de gesprekken over wat er precies beleefd was tijdens de beleving en wat de betekenis ervan was. Dat ging sneller dan ik dacht! Pas zodra we bij de verzamelboom waren aanbeland wilde ik de groepjes de instructie geven om door te vragen naar de ervaringen. Ik besloot het te laten gaan. Aangekomen bij de boom heb ik de instructie specifieker gemaakt om het gesprek te laten bewegen naar de 'betekenis van kunst(beleving) in het leven' in algemene zin, dus wat is de waarde van kunst(beleving) in jouw persoonlijke leven.

Ik liep heen en weer tussen de wandelaars en zag dat de gesprekken geanimeerd verliepen, ik ving prachtige uitspraken op en vond het oprecht jammer dat audio opnames geen onderdeel van deze workshop waren.



*Er was tijd voor één rondje om
de centrale vijver in het park*



Zodra het rondje gewandeld was, vroeg ik de deelnemers om een clipboard te pakken, tegenover elkaar te gaan staan en op een leeg vel papier, met een stift, zonder het van het papier te halen, een portret te tekenen van de medewandelaar, hun naam op te schrijven en een uitspraak te noteren die was blijven hangen.

Een mooie afronding, zo bleek. De tekeningen geven een indruk van wat er besproken is. Slechts een greep uit de tekeningen toont de reikwijdte van de gesprekken die gevoerd zijn: een gesprek over de waarde van kunst(beleving) kan over familie, samenzijn, jezelf overgeven en nieuwe perspectieven openen gaan.

Ook voor mijn onderzoek was de workshop vruchtbaar. Ik kwam erachter dat het werkt om deelnemers die bekend en vertrouwd zijn met kunst met minimale instructies zelf op pad te sturen. Ook neem ik mee dat er voor mensen die minder vertrouwd zijn met kunst wellicht andere instructies nodig zijn. Instructies die hen uitnodigen om tot de (gevoels)taal van kunstbeleving te komen.

Zelf ga ik nog een aantal proefwandelingen lopen met mensen uit die groep om te achterhalen of en wat er precies nodig is, welke instructies wel werken en welke misschien ook niet.

**Wil je zelf een wandeling maken? Gebruik de oefening en ga op pad!
En als je nieuwsgierig bent geraakt naar het Lopende onderzoek...
mag je altijd contact opnemen. esther.willemse@dewaardevankunst.nl**

**De voortgang en ontwikkelingen van het onderzoek zijn te volgen op
www.dewaardevankunst.nl**

Historisch besef
verbonden aan het persoonlijke

De verschrikkelijke
schoonheid van verliezen

Door met z'n allen bij het concert
te zijn, was mijn vader er gewoon bij

Je moet je er geven aan over
geven en dan gaat er een wereld open



ILSE

'het openen van een nieuw perspectief.'

Ilse



De voorstelling
van een ander



Sophie

Historisch beeld
van een ander, het perspectief

HANKE

Door niet te zien, alleen bij het zien
te zien, een ander, een ander



een ander

De manier om te zien, om te
zien, om te zien, om te zien

Wandel je mee met een light variant?

STAP 1 Zoek en vraag een medewandelaar en zoek een park waar je ongestoord een wandeling kunt maken van ongeveer veertig minuten. Spreek een beginpunt af en ontmoet elkaar daar.

STAP 2 Kies een kunstbeleving die je nu nog is bijgebleven, dat kan van lang geleden zijn of recent, dat maakt niet uit, en de beleving mag uit alle kunstdisciplines komen.

STAP 3 Start de wandeling en begin met de vraag:
Je herinnert je een 'kunstbeleving', kun je vertellen wat, waar en wanneer dat dat was? Kun je dat gedetailleerd beschrijven?

Het is de start van een gesprek dus je kunt gewoon aanhaken op wat er gezegd wordt, maar geef elkaars verhaal wel de ruimte. Het gesprek gaat daar waar het heen gaat. Als het

nodig is, kun je de volgende hulpvragen gebruiken om het gesprek op gang te houden zijn:

- Heb je een voorkeur voor een bepaalde kunstdiscipline, welke gaat rechtstreeks naar je hart?
- Beleef je kunst graag alleen of samen?
- Heb je nog een voorbeeld van kunstbeleving die je is bijgebleven?
- Wat zoek je doorgaans in kunst(beleving)?

STAP 4 Stel elkaar de volgende vraag: terugkijkend op het gesprek wat we voeren, wat zou je kunnen concluderen? Wat brengt kunst jou? Wat is de waarde van kunst(beleving) in jouw leven? Deze laatste vraag is van groot belang.

Na ongeveer veertig minuten ben je klaar met je wandeling en rond je het gesprek af.

STAP 5 Vertel elkaar wat de opmerking is van de ander die je het meest is bijgebleven.





Iedere kunstenaar die na diens afstuderen aan de slag gaat in de wereld, krijgt te maken met heel veel verschillende mensen en niet-mensen: van partners, opdrachtgevers, publiek tot materialen, objecten en fysieke contexten. Het is belangrijk geworden om samen te kunnen werken met perspectieven en werelden die anders zijn dan die van jouzelf. Maar hoe doe je dat en waar moet je rekening mee houden? In deze workshop experimenteerden we met deze vraag door ons te richten op 'zorg'.

Workshop II

Veerle Spronck

CARE SCORES COMPONEREN

Samen zorgen voor 'de Klinkboom'

'Zorg', of liever nog het Engelstalige 'care', vormt een belangrijk begrip binnen het lectoraat, maar wat we daaronder verstaan is misschien net anders dan wat je in eerste instantie verwacht. Zorg gaat niet alleen over gezondheidszorg of beter worden als je ziek bent, in plaats daarvan gaat het over het "zo goed mogelijk" zorgen voor en bouwen van onze wereld.¹⁴ Waarde(n)volle kunst maken om bij te dragen aan de wereld, is dus een manier om zorg te dragen. Alleen wat "zo goed mogelijk" betekent, is verre van eenduidig. Wat jij waardevol of goed vindt, hangt voor een groot deel af van je perspectief, kennis en ervaring.

In deze workshop vroegen we ons samen af wat "zo goed mogelijk" zorgen voor kunst eigenlijk betekent en dat deden we door aan de slag te gaan met een specifieke casus: 'De Klinkboom' van Annabel Schouten, HKU alumna Musician 3.0.

'De Klinkboom' is een geluidskunstwerk. Rond een boom is een cirkelvormige marimba geïnstalleerd en iedereen die maar voorbijloopt kan erop spelen. Met stokken in de hand, beweeg je rond de boom om het werk te laten klinken. Doordat het buiten geïnstalleerd is, werkt het hout met het weer: de Klinkboom klinkt anders bij vorst dan bij zonneschijn.

Na een korte introductie werden de deelnemers opgedeeld in zes kleine groepjes. Ieder groepje kreeg één perspectief waar ze zich voor een uur in gingen inleven. Waar er bij de tomaat kwekers, verkopers, koks en consumenten in het spel zijn, zijn er bij de Klinkboom publieksleden, een instrumentbouwer, een kunstenaar, musici, museum of tentoonstelling en een boom.

LAAT ME EEN KORT VOORBEELD GEVEN

In 2013 deden twee antropologen, Annemarie Mol en Frank Heuts, onderzoek naar wat een goede tomaat is.¹⁵ Om dat te onderzoeken spraken ze met allerlei verschillende partijen: de kweker, de kok, de supermarkt, degene die de wekelijkse boodschappen deed. Stuk voor stuk hadden ze hun eigen ideeën over wat voor kwaliteiten een 'goede' tomaat heeft. Waar een kok met name let op smaak en structuur, is de prijs en houdbaarheid belangrijk voor een supermarkt. Afhankelijk van hun perspectief, bleken die verschillende partijen ook heel andere ideeën te hebben over wat het betekent om 'goed' voor tomaten te zorgen.

¹⁴ Tronto, J. (1993). *Moral boundaries: A Political Argument for an Ethic of Care*. Routledge, p. 103.

¹⁵ Heuts, F. & Mol, A. (2013). What is a good tomato? A case of valuing in practice. *Valuation Studies*, 1(2): 125-146.



In twee rondes gingen de groepjes aan de slag. De eerste ronde stond in het teken van brainstormen over de kwaliteit en waarde van de Klinkboom vanuit één specifiek perspectief: Wat zijn de belangrijkste kwaliteiten van het kunstwerk volgens de boom? Of volgens een museum? En hoe zou jij, als boom, publiekslid of museum, zorg dragen voor het werk?



Al gauw bleek dat de verschillende rollen volstrekt andere ideeën hadden over de kwaliteiten van de Klinkboom: De boom-groep stelde het op prijs dat het kunstwerk de boom beschermt en samen met de boom verder groeit en meebeweegt met de seizoenen. De museum-groep daarentegen maakte zich zorgen over verweer: het kunstwerk moet wel schoon worden gehouden, en mensen moeten de stokken waarmee het bespeeld kan worden niet zomaar mee kunnen nemen.

Vervolgens, tijdens de tweede ronde, moesten de groepjes hun inzichten vertalen naar een instructie voor anderen: een 'care score' speciaal voor de Klinkboom. Geïnspireerd op de 'event scores' van Fluxus kunstenaars zoals Nam June Paik en Yoko Ono kregen de groepen de opdracht om een speelse instructie te schrijven waarmee iedereen die het wil 'zorg' kan dragen voor de Klinkboom op een manier die volgens hun perspectief goed is.

De groep die zich inleefde in het publiek vond de belangrijkste kwaliteit van de Klinkboom zijn participatieve karakter: *iedereen* mag op dit instrument spelen, of je nu een musicus bent of niet. Vanuit dat perspectief leverde dat de volgende care score op:

TOT LEVEN BRENGEN

Ga buiten openingstijden naar het bos en zoek de Klinkboom.

Haal twee stokken uit het bos.

Bespeel het instrument en blijf totdat er een ander iemand is.

Geef de stokken én de verantwoordelijkheden over.

Vertel over de Klinkboom aan de eerste persoon die je tegenkomt.

Terwijl de boom-groep het meebewegen met de seizoenen centraal stelde als kwaliteit:

DE VIER JAARGETIJDEN

Lente en zomer
Mijn bladeren geven schaduw en licht.
Volg met je stok
óf de plekken met licht
óf met schaduw.

Herfst en winter
Laat liggen wat er ligt.
Laat de gevallen noten en
het gevallen blad muziek bepalen.
De omgevingsgeluiden zijn je orkest.

De workshop leidde tot belangrijke discussies over wat ervoor nodig is om transdisciplinair samen te werken. De opvattingen van verschillende groepen over wat de kwaliteit is van de Klinkboom en wat het zou betekenen om er 'goed' voor te zorgen verschilden als dag en nacht. Verschillende perspectieven, expertises en vocabulaires hebben implicaties voor hoe je werkt en hoe je de handelingen van een ander interpreteert. Samen schepten we ruimte om eerst eens in kaart te brengen welke er aannames kunnen bestaan. Dan blijkt dat we ook een begrip als 'zorg' niet zomaar voor lief moeten nemen.

Zelf zorg-perspectieven in kaart brengen?

STAP 1 Kies een kunstwerk en brainstorm over de verschillende mensen en niet-mensen die een rol spelen rond het werk. Denk aan partners, soorten publiek, maar ook aan materialen en de omgeving. Maak een lijst met vijf totaal verschillende perspectieven.

STAP 2 Kies één perspectief en beantwoord de volgende vragen:

- Wat zijn vanuit jouw perspectief de belangrijkste kwaliteiten van het kunstwerk?
- Hoe zou jij, als [rol], zorg dragen voor het kunstwerk?
- Wat voor concrete handelingen horen daarbij? Wees zo specifiek mogelijk: als je denkt aan een tomaat dan is het duidelijk dat een kok snijdt, kruidt en combineert, terwijl een consument juist eet, op de prijs let en de tomaat zo lang mogelijk wil kunnen bewaren.

STAP 3 Kies een nieuw perspectief en herhaal stap 2. Vergeet niet je antwoorden op te schrijven.

STAP 4 Kies een nieuw perspectief en herhaal stap 2 nog een keer.

STAP 5 Kijk terug naar de perspectieven die je hebt uitgewerkt en vergelijk ze met elkaar.

- Hoe verschillen ze?
- Waar botsen ze met elkaar? Op welke manier?

Breng in kaart welke verschillende interpretaties van 'zorg' en 'kwaliteit' er naar voren komen uit je verkenning.



Je kunt deze oefening alleen doen, maar als je hem samen met anderen uitvoert verdeel je de rollen in plaats van stap 3 en 4.



Hoe kun je een logisch, duurzaam én gezond businessmodel maken voor een cultureel project? Dat is een vraag waar geen standaardantwoord op is. In plaats daarvan moet een businessmodel keer op keer ontworpen worden. Om te ontdekken hoe zo'n proces in zijn werk gaat, keken we tijdens deze workshop met zijn allen naar één echte case: het project 'What if we stop?' van Vivian Erdsieck, HKU student Fashion Design.

Workshop III

Walter van Andel

'WHAT IF WE STOP?'

Duurzame businessmodellen maken

In haar project bevroegt Vivian de waardes van de Westerse mode-industrie:

"Met een verbazingwekkende 52 collecties per jaar is er altijd iets nieuws om te kopen en te proberen. Sommige mensen zouden dit de ultieme vrijheid noemen. Maar is het de vrijheid om constant gepusht te worden om iets nieuws te kopen? Wat als we zouden stoppen?"



In plaats van bijdragen aan de norm van *fast fashion*, heeft Vivian als doel om duurzaam te werken en te breken met de standaardvormen van consumptie. Onder de naam Studio VivErdie streeft ze ernaar om te ontwerpen met de planeet en het milieu in gedachten. Praktisch gezien betekent dit dat ze nieuwe materialen maakt. Vivian ontwikkelde een materiaal dat bestaat uit een combinatie van gerecyclede stoffen en bioplastics. Daarbij werkt ze met tweedehands kleding en overgebleven stoffen van andere modemerken.

Als creatieve professional wil Vivian dus volledig circulair werken en een verandering in de maatschappij te weegbrengen. Tijdens de workshop op 13 mei 2022 gingen de deelnemers aan de slag om voor haar een vernieuwen, maar vooral ook duurzaam businessmodel te ontwerpen.

Welke keuzes moeten er gemaakt worden?

Welke activiteiten moeten er worden uitgevoerd om haar doelen te realiseren?

En, hoe zorgen we ervoor dat al die keuzes en activiteiten samen komen tot een logisch en coherent verhaal?

De deelnemers gingen in twee groepen aan de slag. Alle twee kregen ze de opdracht een eigen innovatief model te ontwerpen dat zou kunnen ontwerpen voor de modeontwerper.

Belangrijk was dat het businessmodel echt aansloot bij enerzijds de activiteiten waar Vivian zich op focust, en anderzijds bij haar kernwaardes: circulariteit, mindset verandering en innovatie in materiaal.

Met behulp van een set magneten en een whiteboard gingen de groepen aan de slag.¹⁶ De magneten verbeelden de verschillende aspecten waar een praktijk zich toe moet verhouden: denk aan personen (zoals consumenten), organisaties (zoals partners of leveranciers) of overheden (zoals gemeentes of provincies). In de workshop leerden de groepen hoe ze moesten ontwerpen wat voor uitwisseling er plaats kan vinden tussen deze verschillende spelers.

¹⁶ In de workshop werd gebruik gemaakt van *the business model kit* methode van Board of Innovation (www.boardofinnovation.com).



Het simpelste voorbeeld is de uitwisseling tussen een modeontwerper en een consument: de ontwerper levert kleding aan de consument, en de consument geeft daar een betaling voor terug aan de modeontwerper.

Dit is echter slechts een deel van de uitwisseling in de realiteit van Vivian. Haar werk levert de consument niet alleen een kledingstuk, maar ook bewustwording van duurzame en onduurzame mode. Haar werk levert reflectie op. Maar daar blijft het ook niet bij: de bijzondere ontwerpen stellen de consument in staat om een statement te maken over duurzaamheid. Al deze aspecten zijn onderdeel van het "waardepakket" dat Vivian's praktijk levert aan consumenten.

Tijdens de workshop dachten de twee groepen de waardepakketten samen uit en werkten ze hard om de verschillende onderdelen van Vivian's praktijk aan elkaar te verbinden om tot een werkend en logisch model te komen. Een model, bovendien, dat Vivian in staat stelt haar doelen te bereiken.

De groepen kwamen met twee zeer verschillende oplossingen: twee businessmodellen die allebei zouden kunnen werken, maar waarin heel verschillende keuzes zijn gemaakt en heel andere activiteiten uitgevoerd moeten worden door de ontwerper.

De eerste groep zocht met name naar een model dat Vivian in staat zou stellen om echt verandering in de modesector te bewerkstelligen. Naast het ontwerpen van haar kleding, zo adviseerde de groep, zou Vivian een extra onderdeel aan haar bedrijfsvoering toe kunnen voegen: advies- en professionaliseringstrajecten omtrent duurzame stoffen en materialen. Zulke adviestrajecten zou ze aan kunnen bieden aan de modesector zelf. Ze zouden haar helpen een groter bereik te krijgen voor haar boodschap en het zou allerlei nieuwe deuren tot samenwerking openen.

De tweede groep zocht verbinding met de maatschappij op een andere manier. Wat als Vivian zou samenwerken met grote burgerinitiatieven als Extinction Rebellion om zo een echte movement op gang te krijgen?

De workshop bracht mooie discussies op gang over hoe de inrichting van je praktijk en het specifieke businessmodel dat je ontwikkelt een impact heeft op hoe je als creatieve professional je kernwaarden kan nastreven en in de praktijk kan brengen.

Aan de slag met jouw businessmodel?

STAP 1 Zoek een groep mensen bij elkaar die samen met jou willen brainstormen over jouw creatieve project. Het werkt het beste als er een diverse groep deelneemt: kijk eens om je heen en vraag collega's, (potentiële) opdrachtgevers, maar ook met personen die van een afstandje naar jouw praktijk kijken.

STAP 2 Maak een lijst met de 'kernwaarden' van jouw praktijk: Wat vind je echt belangrijk? Sta je voor duurzaamheid, diversiteit? Is het voor jou belangrijk om internationaal te werken? Of wil je juist zo veel mogelijk personen bereiken? Probeer deze kernwaarden zo concreet mogelijk te benoemen.

STAP 3 Teken een serie icoontjes die verschillende belanghebbenden voorstellen – doe dit bijvoorbeeld op post-its of plak papiertjes op magneetjes. Denk aan opdrachtgevers, klanten, leveranciers, maatschappelijke partners, je gemeente... Iedere persoon of organisatie waarmee jij als praktijk een interactie hebt of zou kunnen hebben verdiend een icoon, want die maken deel uit van jouw ecosysteem. Vergeet niet om ook een icoon te maken dat jouzelf of je praktijk voorstelt.

STAP 4 Ga samen aan de slag op een whiteboard of een groot leeg vel papier. Plaats spelers in relatie tot jou: teken pijlen en maak de verbindingen zichtbaar.

Bij pijlen van jou naar de ander schrijf je vervolgens op wat jij voor waarde levert aan de andere speler: jouw waardepakket.

Bijvoorbeeld: als theater lever je aan jouw publiek 1) uiteraard een voorstelling, maar ook 2) een mogelijkheid voor sociale interactie, 3) verdiepende inzichten in bepaalde thema's.

Op de pijl van de ander naar jou schrijf je vervolgens wat je daarvoor allemaal in ruil ontvangt.

Bijvoorbeeld: 1) de entreprijs, 2) interactie.

Bij elke speler die in je ecoysteem een plaats heeft moet je een uitwisseling bedenken. Dat kan direct zijn met jou, of indirect via een andere speler.

STAP 5 Zodra alle uitwisselingen tussen de spelers zijn uitgetekend kijk je terug naar de 'kernwaarden' die je in stap 1 hebt opgeschreven. Stel jezelf de volgende vragen:

- Kan ik deze kernwaarden echt goed waarmaken met deze huidige activiteiten?
- Zijn er huidige activiteiten die eigenlijk niet bijdragen aan het behalen van de kernwaarden?
- Zijn er activiteiten te bedenken die mij beter in staat stellen om mijn kernwaarden te behalen?

Waarde(n)vol ondernemen in en door de kunsten
is een uitgave van HKU Hogeschool voor de Kunsten Utrecht



Redactie: Veerle Spronck
Auteurs: Walter van Andel, Veerle Spronck en Esther Willemse
Met een voorwoord van Heleen Jumelet

Ontwerp omslag en binnenwerk: Anton Feddema, www.afeddema.nl
Fotograaf openbare les: Thomas de Wit
Druk: Libertas Pascal, Utrecht

Copyright © 2022 HKU Hogeschool voor de Kunsten Utrecht
Met uitzondering van beeldmateriaal en vormgeving is deze publicatie gelicenseerd
onder de Creative Commons-licentie BY NC-ND 4.0.
Beeldmateriaal en vormgeving mogen niet worden verveelvoudigd en / of openbaar
gemaakt worden zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.
Neem bij vragen over het gebruik contact op met hkupress@hku.nl.

HKU Hogeschool voor de Kunsten Utrecht
Nieuwekade 1
3511 RV Utrecht
030 209 1509
<https://www.hku.nl>

In deze zine introduceren onze nieuwe lector Walter van Andel en associate lector Veerle Spronck hun visie op het onderzoek naar ondernemerschap in de creatieve praktijk. In hun uitdagende zoektocht naar oplossingen voor een 'caring, regeneratieve en reflectieve creatieve praktijk én samenleving' sluiten ze aan bij onze ambitie om als kunsthogeschool midden in de samenleving te staan. HKU concretiseert deze ambitie invulling door te werken rond drie 'lichtpunten': de kunst van duurzaamheid & circulariteit; de kunst van identiteit & inclusie; en de kunst van zorg & welzijn. Walter en Veerle geven in hun openbare les aan hoe deze thematieken centraal kunnen staan in het vinden van gezond, duurzaam en waarde(n)vol creatief ondernemerschap en hoe zij hier onderzoek naar willen doen.