



Vrije Universiteit Brussel

# De opportuniteiten van het kunstendecreet versus cultuurindustriële beleid voor de popmuziek in Vlaanderen.

Eindverhandeling tot licentiaat in de Sociale en Culturele Agogiek

Student: Gielis Brecht

Promotor: Prof. Dr. Katia Segers

Organisatie: Muziekcentrum Vlaanderen VZW

Academiejaar 2006–2007



# Samenvatting

**Vrije Universiteit Brussel**  
**Faculteit voor Psychologie en Educatiewetenschappen**

**Eindverhandeling**  
**Academiejaar 2006 -2007**

Naam: Gielis Brecht

Richting: Sociale en Culturele Agogiek, optie Culturele Agogiek

Titel verhandeling: De opportuniteiten van het kunstendecreet versus cultuurindustriële beleid voor de popmuziek in Vlaanderen.

Promoter : Prof. Dr. K.Segers

Samenvatting: Sinds 1998 voert de Vlaamse overheid een beleid naar popmuziek. Dit beleid zit vervat in het ruimere kunstenbeleid, dat geregeld wordt door het kunstendecreet. Het kenmerkt zich door het verstrekken van subsidies op basis van het kwaliteitsprincipe. Sinds 1 april 2006 heeft de overheid er met CultuurInvest een nieuw beleidsinstrument bij om het popgebeuren in Vlaanderen een duwtje in de rug te geven. CultuurInvest is een fonds dat risicokapitaal verschaft aan culturele ondernemers. Geen subsidies, maar leningen. Niet de kwaliteit, maar het marktpotentieel is het leidend principe.

In dit onderzoek worden zowel de beleidsmakers, als de popmuzieksector aan het woord gelaten. Op die manier wordt gekeken welke de mogelijkheden zijn voor enerzijds CultuurInvest en anderzijds het kunstendecreet. In deze scriptie wordt een antwoord gegeven op vier concrete vragen. Wat zijn de doelstellingen van het kunstendecreet? Waarom nu ook een cultuurindustriële beleid? Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het kunstendecreet en wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector tegenover CultuurInvest? Naast interviews, wordt dit onderzoek ook onderbouwd door wetenschappelijke literatuur. Dit werkt versterkend voor het betoog.

Het onderzoek toont aan dat men van CultuurInvest geen mirakels mag verwachten, maar dat het wel degelijk opportuniteiten biedt voor een snel evoluerende popsector. De interesse vanuit de sector is groot en de reacties zijn uiteenlopend. CultuurInvest moet investeren in innovatieve projecten en duurzame structuren. Daarvoor is nog meer overleg in de sector uiterst noodzakelijk. Het kunstendecreet en CultuurInvest blijken mekaar niet helemaal aan te vullen. Daarom moet de overheid blijven nadenken over de steun aan popmuziek.

## Voorwoord

Verschillende mensen hebben dit werkstuk mee mogelijk gemaakt. Daarom wil ik hen ook bedanken.

Eerst en vooral Prof. Dr. Katia Segers. Haar inspirerende lessen hebben ervoor gezorgd dat ik deze verhandeling met de nodige interesse en werklust aanvatte. Ook stond ze in voor de opvolging ervan.

Dit onderzoek gebeurde in samenwerking met het Muziekcentrum Vlaanderen. Van daaruit zorgde een enthousiaste Roel Vanhoeck voor de nodige feedback. Bovendien wist hij mij in contact te brengen met de juiste mensen.

Ik bedank de 20 personen die tijd wilde vrij maken voor een interview. Dit zijn Bart Caron, Jan Denolf, Stefaan De Ruyck, Peter Jolling, Peter Leyder, Tom Declercq, Maarten Quaghebeur, Billy Torney, Dis Huyghe, Geert Deblaere, Nikolaas De Beli, Teddy Hillaert, Marc Steens, Guy Van Handenhove, Herman Van Laer, Stef Coninx, Gert Keunen, Geert Allaert, Isabelle De Voldere en Tine Maenhout.

Tot slot en niet in het minst bedank ik de personen waar ik altijd op kon rekenen: Thijs, Christine en mijn ouders.

# Inhoudstafel

<b>Samenvatting</b> .....	<b>1</b>
<b>Voorwoord</b> .....	<b>2</b>
<b>Inhoudstafel</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Inleiding</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1 Probleemstelling</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2 Structuur</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Vlaams cultuurbeleid</b> .....	<b>9</b>
1.3.1 Cultuurbeleid in zijn essentie.....	9
1.3.2 Historiek.....	10
1.3.3 De rol van de overheid en de doelstellingen van het cultuurbeleid.....	11
<b>1.4 Popmuziek en overheid</b> .....	<b>11</b>
1.4.1 Wie betaalt er voor muziek? .....	12
1.4.2 Goede en slechte muziek.....	12
1.4.3 Beleidsmatige benaderingen van popmuziek.....	13
1.4.4 Popmuziek: van commerce naar kunst.....	13
1.4.5 Popbeleid in het buitenland.....	14
1.4.6 Het problematische karakter van een popbeleid.....	14
<b>1.5 Muziekdecreet en kunstendecreet, case popmuziek</b> .....	<b>15</b>
1.5.1 Muziekdecreet.....	15
1.5.2 Kunstendecreet.....	15
1.5.3 Doelstellingen en criteria.....	16
1.5.4 Subsidieoverzicht.....	17
<b>1.6 Culturele industrie, case popmuziek</b> .....	<b>17</b>
1.6.1 Begripsomschrijving.....	17
1.6.2 Kenmerken.....	18
1.6.3 Evolutie en trends na 1950.....	19
1.6.4 De muziekindustrie in Vlaanderen.....	20
<b>1.7 Naar een beleid voor culturele industrie, case popmuziek</b> .....	<b>21</b>
1.7.1 Cultuurindustriële beleid.....	21
1.7.2 Problemen en spanningen.....	22
1.7.3 Cultuurindustriële beleid in een Vlaamse context.....	22
1.7.4 CultuurInvest.....	23
1.7.5 Case popmuziek.....	24

<b>2.</b>	<b><i>Methode</i></b> .....	<b>25</b>
2.1	<b>Vraagstelling</b> .....	<b>25</b>
2.2	<b>Onderzoekstype</b> .....	<b>25</b>
2.3	<b>Onderzoekspopulatie</b> .....	<b>25</b>
2.4	<b>Dataverzameling</b> .....	<b>26</b>
2.5	<b>Data-analyse</b> .....	<b>26</b>
<b>3.</b>	<b><i>Resultaten</i></b> .....	<b>28</b>
3.1	<b>Aanbod (de beleidsmakers)</b> .....	<b>28</b>
3.1.1	Waarom cultuurindustriële beleid?.....	28
3.1.2	Wat is CultuurInvest?.....	29
3.1.3	Onderscheid kunstendecreet en CultuurInvest.....	31
3.1.4	Criteria van CultuurInvest.....	32
3.1.5	Combinatie subsidies en CultuurInvest.....	32
3.1.6	Doelgroep.....	32
	3.1.6.1 KMO's .....	33
	3.1.6.2 Case popmuziek.....	33
3.2	<b>Vraag (popmuzieksector)</b> .....	<b>35</b>
3.2.1	Kunst of cultuurindustrie? .....	35
3.2.2	Kunstendecreet.....	36
3.2.3	CultuurInvest.....	37
3.2.4	Voor wie? .....	39
3.2.5	Voor wat? .....	39
	3.2.5.1 Promotie in het buitenland.....	39
	3.2.5.2 Iets anders.....	41
3.2.6	Verhouding kunstendecreet – CultuurInvest .....	41
3.2.7	Hoe evolueert de sector? .....	41
<b>4.</b>	<b><i>Conclusie</i></b> .....	<b>43</b>
4.1	<b>De vragen beantwoord</b> .....	<b>43</b>
4.1.1	Wat zijn de doelstellingen van het kunstenbeleid? Case popmuziek? ...	43
4.1.2	Waarom nu ook cultuurindustriële beleid? Case popmuziek. ....	43
4.1.3	Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het kunstenbeleid? Case popmuziek.....	44
4.1.4	Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het cultuurindustriële beleid? Case popmuziek. ....	44
4.2	<b>Opportunities kunstendecreet vs. CultuurInvest?</b> .....	<b>45</b>
4.2.1	Geen grote veranderingen op korte termijn. ....	45
4.2.2	Niet helemaal complementair. ....	45
4.2.3	Men moet mekaar nog wat vinden. ....	45
4.2.4	Samen zoeken naar duurzame structuren, die een fundamentele ondersteuning betekenen voor heel de sector.....	45
4.2.5	Op weg naar een betere samenwerking. ....	46

4.2.6	Investeren in innovatie.....	46
4.2.7	Slotconclusie.....	46
<b>5.</b>	<b><i>Bibliografie</i></b> .....	<b>47</b>
5.1	Wetenschappelijke artikels en boeken.....	47
5.2	Beleidsdocumenten.....	50
5.3	Websites.....	51
5.4	Krantenartikels.....	51
<b>6.</b>	<b><i>Bijlagen</i></b> .....	<b>53</b>
Bijlage 1:	Doelstellingen en criteria van het kunstendecreet. ....	53
Bijlage 2:	Strategieën van de culturele industrieën om hoge risico's te counteren.....	56
Bijlage 3:	Categorieën van respondenten.....	57
Bijlage 4:	Initiatief, tegenstand en concrete stappen.....	58
Bijlage 5:	Procedure.....	60
Bijlage 6:	Waarom CultuurInvest en niet iets anders? .....	62
Bijlage 7:	Popbeleid.....	63
Bijlage 8:	Verlanglijstje van beleidsmaatregelen.....	64
Bijlage 9:	Krantenknipsel.....	65
Bijlage 10:	Interviews in tekstbestand .....	68

# 1. Inleiding

## 1.1 Probleemstelling

In 1998 kondigde de Vlaamse regering met enige fierheid haar nieuwe popbeleid aan. Men kan dit beleid op zijn minst progressief noemen. Subsidiëring door de overheid van opera, toneel, orkesten en dansensembles was vrij normaal, maar popgroepen konden tot dan toe nog geen aanspraak maken op deze subsidiepot. Daar kwam dus op 31 maart 1998 verandering in. Het nieuwe muziekdecreet dat toen in werking trad, bevatte ruime subsidieregelingen voor het Vlaamse popveld (<http://www.wvc.vlaanderen.be/muziek/>).

Het decreet regelde tot eind 2005 de erkenning en subsidiëring van professionele muziekensembles, concertorganisaties, muziekclubs, muziekeducatieve organisaties en festivals. Het maakte de ondersteuning van het muziekcentrum van de Vlaamse gemeenschap mogelijk en daarnaast regelde het ook de subsidie van muziekprojecten, cd-opnamen en compositieopdrachten (administratie Cultuur, 2005). Wat het decreet zo bijzonder maakte, was dat het van toepassing was op alle gangbare muziekvormen. Dit hield niet enkel klassieke muziek in, maar ook volks- en etnische muziek, jazz, pop en rock, elektronische muziek, blues, kleinkunst, experimentele muziek, enzovoorts. Het was enkel niet van toepassing op het muziektheater.

Naast het Muziekdecreet bestond er voor de muziekorganisaties met een internationale werking de mogelijkheid om projectmatig voor de buitenlandse activiteiten gesubsidieerd te worden. Er kon dan een aanvraagdossier in het kader van het reglement 'subsidiëring van culturele projecten met internationale weerklank' worden ingediend (administratie Cultuur, 2005).

Met deze regelingen was het startschot tot de professionalisering van de sector definitief gegeven. Het debat over het al dan niet subsidiëren van de popmuziek woedde reeds hevig. Voorstanders verheffen popmuziek tot kunstvorm of beweren dat popmuziek een belangrijke sector is in onze nationale economie en dat die dringend aan een institutionalisering toe is. Tegenstanders vinden dat het een deel van zijn "rock'n roll gehalte" verliest door deze reguleringen. Minister Bert Anciaux gooide nog wat olie op het vuur door in 2006 eurosong vedette Kate Ryan te voorzien van 60.000 euro om haar Europese toer te financieren. Hier gaan we nu niet dieper op in.

Uit een analyse van het muziekdecreet blijkt echter dat er in de praktijk maar weinig popgroepen gebruik maken van de subsidieregeling (administratie Cultuur, 2005). Het zijn slechts enkele die aan de haal gaan met het grote geld. Zo bijvoorbeeld zien we in een eerste erkennings- en subsidieronde voor de periode 1999-2002 dat Zita Swoon de enige popgroep is die een subsidie, namelijk 64.919,27 euro, wegkaapt. Voor de periode 2003-2006 kunnen slechts 2 popgroepen op financiële steun rekenen. Namelijk Zita Swoon, die een subsidie kreeg van 120.000 euro en Das Pop, die 100.000 euro ontving. Popgroepen gingen eerder hun heil zoeken bij de projectsubsidies die jaarlijks uitgereikt werden. De structurele subsidies werden, behalve aan muziekensembles,

ook uitgereikt aan andere muziekverenigingen zoals muziekeducatieve organisaties, festivals, concertorganisaties en muziekclubs. Vooral met betrekking tot muziekclubs had dit wel zijn effect op de sector. Daarover verder in deze scriptie meer.

Vanaf 2006 wordt het Kunstendecreet (2/4/2004) voor het eerst toegepast. Dit kunstendecreet heft het muziekdecreet op en is een overkoepelend decreet voor alle kunsten, waaronder podiumkunsten, muziek, beeldende en audiovisuele kunst, letteren, architectuur, vormgeving, nieuwe media, en alle mengvormen daarvan. Vanaf 1 januari 2007 valt de muzieksector binnen het Kunstendecreet. De subsidies voor de muzieksector stijgen vanaf 2007 met 23,3% (<http://www.wvc.vlaanderen.be/muziek/>). Opmerkelijk is ook dat er een zesde categorie van muziekverenigingen gesubsidieerd wordt, namelijk de alternatieve managementbureaus. Geen enkele popgroep krijgt nog een structurele subsidie, ook Zita Swoon niet.

Een nieuw speerpunt in het cultuurbeleid, is het beleid t.a.v. de cultuurindustrie. Concreet krijgt dit vorm in CultuurInvest. Het initiatief werd op touw gezet op vraag van de sector. Laermans (2001) heeft het over een toenemend aantal culturele zappers. Het gevolg hiervan is dat marktgerichte cultuurproducenten ook al eens met een flop zitten en daarom ook bij de overheid durven aankloppen voor een steunmaatregel (Laermans 2001). Onder andere de musical sector is al lang vragende partij voor een instrument dat enigszins de risico's van de investeringen dekt. De overheid wil dan ook met CultuurInvest, dat goedgekeurd is op 31 maart 2006, zuurstof geven aan culturele ondernemers, die een nieuwe doelgroep worden in het cultuurbeleid.

CultuurInvest deed ondertussen al heel wat stof opwaaien. Op 1 april 2006 pakten verschillende kranten uit met grote koppen: "Een hefboom voor cultuur" (De Standaard)<sup>1</sup>; "CultuurInvest lokt financiële wereld" (De Tijd); "De druk op de cultuursubsidie is te groot geworden" (De Morgen). De artikels lieten uitschijnen dat de dossiers over musical en muziek eerst behandeld worden. Opvallend was ook dat de opportuniteiten binnen pop en rock vooral gezocht werden in het financieren van groepen die internationaal willen toeren (De Standaard, De Tijd, Gazet van Antwerpen, 1/04/2006). Het nieuws van de beruchte Kate Ryan subsidie, dat twee weken eerder bekend gemaakt werd, kan hier ook wel mee te maken hebben. Maar ligt daar nu werkelijk de opportuniteit voor CultuurInvest als het over popmuziek gaat?

Uiteraard rijzen er nog wel meerdere vragen bij dit nieuwe overheidsinitiatief. Is CultuurInvest wel economisch haalbaar? Gaat dit werkelijk een impuls geven aan de cultuurindustrie? **Wij richten onze pijlen op de vraag in welke zin CultuurInvest complementair is met het kunstendecreet. Wij bekijken dit aan de hand van de case popmuziek: welke opportuniteiten biedt het kunstendecreet versus CultuurInvest voor de popsector in Vlaanderen?**

---

<sup>1</sup> Zie bijlage 9: krantenknipsel.

## 1.2 Structuur

Onze brede onderzoeksvraag wordt vertaald in vier kleinere vragen:

1. Wat zijn de doelstellingen van het kunstenbeleid? Case popmuziek.
2. Waarom nu ook cultuurindustriële beleid? Case popmuziek.
3. Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het kunstenbeleid? Case popmuziek.
4. Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het cultuurindustriële beleid? Case popmuziek.

Aan de hand van een grondige studie van de literatuur wordt er in **deel 1** getracht op de eerste twee vragen een antwoord te formuleren. Telkens hebben we specifieke aandacht voor popmuziek en dit binnen een Vlaamse context. Om de vragen te beantwoorden, wordt er een soort van trechtermodel gehanteerd. We gaan van breed naar smal, om op die manier een concreet antwoord te bekomen op onze eerste twee vraagstellingen.

Om de eerste vraag te beantwoorden, wordt er vertrokken van een bespreking van het Vlaams cultuurbeleid in het algemeen. Nadien kijken we naar de relatie tussen overheid en popmuziek en uiteindelijk trachten we erg concreet de doelstellingen te achterhalen aan de hand van een bespreking van het muziek- en kunstendecreet.

De tweede vraag wordt beantwoord door het begrip cultuurindustrie in ruime zin toe te lichten. Hierbij gaat er ook specifieke aandacht naar de Vlaamse situatie en wordt de muziekindustrie uit de doeken gedaan. Nadien bespreken we de mogelijkheid om een beleid te voeren rond de cultuurindustrie en welke problemen en spanningen hier mee gepaard gaan.

In de inleiding wordt er afwisselend gebruik gemaakt van verschillende theoretische invalshoeken. Het Vlaams cultuurbeleid wordt behandeld vanuit een cultuursociologische en cultuurfilosofische invalshoek. In het deel over culturele industrie wordt er hoofdzakelijk gebruik gemaakt van een kritische theoretische stroming, namelijk de politieke economie. Deze invalshoek is Marxistisch getint, is erg begaan met de studie van macht en vertrekt vanuit een kritiek op die machtsverhoudingen binnen productie, distributie en consumptie van in dit geval cultuurgoederen (Hesmondhalgh, 2002; Segers e.a, 2003). De kritische tegenhanger van de politieke economie is de 'cultural studies'. In deze stroming gaat de aandacht naar de consumptie van goederen. Wat doet muziek met de mensen en wat doen de mensen met muziek? Deze stroming legt meer macht bij de consument (Mc Quail, 2003). De 'politieke economie' en de 'cultural studies' zijn twee erg dominante stromingen binnen de communicatiewetenschap. Onze vraagstelling is van politiek economische aard. Er worden kritische vragen gesteld met betrekking tot productie en distributie van popmuziek. Op welke manier wordt diversiteit en kwaliteit bewerkstelligd in het aanbod? Wie bepaalt wat gehoord wordt? Wie betaalt er voor de muziek?

Aan de hand van een kwalitatief onderzoek worden de theorieën uit de inleiding getoetst aan de praktijk en de derde en de vierde vraag worden beantwoord door de blik te richten op de popmuzieksector. De verschillende spelers werden benaderd en er werd gepeild naar hun verwachtingen inzake overheidsbeleid. Enerzijds het kunstenbeleid, anderzijds het gloednieuwe cultuurindustriële beleid, dat nog niet volledig operationeel was tijdens de bevraging. De gehanteerde kwalitatieve methode wordt in **deel 2** bondig toegelicht. In **deel 3** worden de resultaten weergegeven en in **deel 4** worden er op een persoonlijke kritische manier linken gelegd tussen literatuur en de onderzoeksresultaten. Er wordt gekeken naar de complementariteit van het kunstendecreet en CultuurInvest en de centrale onderzoeksvraag naar de opportuniteiten van beide instrumenten wordt beantwoord. In het vierde deel wordt er gekeken met een agogische blik, met aandacht voor mogelijke manieren om de huidige situatie te verbeteren, voor mens en samenleving.

## 1.3 Vlaams cultuurbeleid

### 1.3.1 Cultuurbeleid in zijn essentie

Een beleid moet telkens selecteren. Dat geldt ook voor het cultuurbeleid (Laermans, 2001). Binnen het geheel van cultuur in een samenleving moet een overheid onderscheid maken tussen wat wel en wat niet reguleren. Dit erkennen of aangeven welke cultuur men als overheid wel of niet beleidswaardig acht, is waardegeladen. Onvermijdelijk vallen hierdoor altijd bepaalde cultuurpraktijken en –vormen uit de boot. Zo is de popmuziek bijvoorbeeld lang niet erkend geweest door de verschillende overheden.

Het cultuurbeleid is een vorm van beleidsvoering met cultuur als voorwerp. Beleidsvoering kan men zien als het geheel waarin men poogt vooropgestelde doelen te bereiken (Roels, 1992). Men doet dit via het inzetten van middelen, eigen aan het politiek systeem (Laermans, 2001). De overheid kan recht, geld en informatie inzetten als sturingsmedia. Dit bijvoorbeeld in de vorm van wetgeving, fondsen, subsidies en campagnes (Laermans, 2001). Dit sturende karakter van de overheid mag men ook niet overschatten. Zo kan men bijvoorbeeld van een artiest die financieel gesteund wordt, nooit met zekerheid zeggen of daardoor ook zijn artistieke productie aan kwaliteit toeneemt. Ook het feit dat de ideologische zuilen in Vlaanderen lange tijd bepaald hebben waar het geld voor cultuur naar toe ging, wijst op beperkingen in het stuurvermogen van de overheid. Opvallend is wel de overgang in de laatste twee decennia van een corporatistisch beleid naar een meer reflexief beleid (Gielen, 2001; Laermans, 2001). Per kunstdiscipline is er een kwaliteitsbeoordelende commissie, die advies geeft aan de minister inzake erkenning en subsidiëring. Net omdat die commissies bevolkt zijn door veldexperten, rijzen bij dit systeem enkele problemen (Blokland, 1997a; Laermans, 2001). Enerzijds vriendjespolitiek en belangenbehartiging door hun banden met de sector. Anderzijds hun deskundigheid waardoor ze een voorliefde hebben voor moeilijke, elitaire kunst. Ondanks alles heeft de minister het laatste woord, dus blijft het 'primaat van de politiek' gelden (Laermans, 2001; De Pauw, 2005).

In een democratie heeft de bevolking het recht te weten waar hun belastingsgeld aan gependeed wordt. Een overheid moet dus verantwoording afleggen. Op vlak van cultuur is de vraag naar legitimatie altijd sterk aanwezig geweest. Laermans (2001) geeft 4 algemene legitimaties aan die het cultuurbeleid in Europa geschraagd hebben historisch gezien:

- creatie van een volksidentiteit
- Bildung<sup>2</sup>
- sociale versterker
- economische multiplier<sup>3</sup>

### 1.3.2 Historiek

Men stelt vast dat het begrip cultuur doorheen de geschiedenis wijzigt en dat een beleid hierop inspeelt (Roels, 1992, De Pauw, 2005). Naargelang de ideologie en religie kan men een andere invulling geven van het cultuurbegrip (De Pauw, 2005). De Bildungsgedachte heeft zo zijn stempel gedrukt op het Vlaamse cultuurbeleid. De CVP ministers (1968 – 1981) legden op die manier cultuur uit als een belangrijke factor die de kwaliteit van ons leven bepaalde. De nadruk kwam bijgevolg te liggen op het welzijnsbeleid. De liberale ministers (1981-1995) gaven een meer geïndividualiseerde invulling aan het Bildungsideaal, met name door de rol die cultuur speelt in de individuele ontplooiing van de mens te benadrukken. Het accent verschoof van welzijn naar kunsten. Er kwam een meer zakelijke benadering van de cultuursector. Termen als sponsoring en accountability<sup>4</sup>, waren geen taboe meer. Bevers (1992) spreekt in deze context van een 'georganiseerde cultuur'. Vanaf 1995 stond er weer een CVP minister aan het roer. Minister Martens maakte de link tussen cultuur en welzijn opnieuw erg zichtbaar. Minister Anciaux, de huidige minister van cultuur, beklemtoonde de 'tegenkracht' van kunst. De samenleving krijgt nieuwe impulsen door kunst, waardoor direct of indirect de samenleving verandert (De Pauw, 2005).

Een eerste opvallende trend is dus de verschuiving van welzijn naar individu rond de jaren '80. In de jaren '90 keert minister Martens weer terug naar welzijn. Een tweede trend is de verbreding van het cultuurbegrip. Deze tendens werd ingezet door minister Dewael en nadien verder gezet door Luc Martens, die begon met een popbeleid. Anciaux en Van Grembergen gingen nog verder en erkenden circus, beeldverhaal, architectuur en recent zelfs eetcultuur. Een derde opvallende trend is de beweging naar een meer economische invulling van het cultuurbegrip (Bevers, 1992; Raes, 1992). Omdat de grens tussen commerciële en gesubsidieerde cultuur steeds vager wordt in de postmoderne samenleving. Er vindt een verschuiving plaats van de beleidsaandacht van niet-commerciële naar commerciële cultuur (De Pauw, 2005).

---

<sup>2</sup> Bildung representeert zowel een humanistisch als een politiek ideaal. Vrij vertaald betekent het zelfontplooiing.

<sup>3</sup> Cultuur heeft een economische impact en zorgt voor een economische meerwaarde.

<sup>4</sup> Gesubsidieerde organisaties moeten een economische verantwoording afleggen.

### 1.3.3 De rol van de overheid en de doelstellingen van het cultuurbeleid.

Als basisprincipe kan men stellen dat de overheid datgene subsidieert wat niet kan overleven zonder overheidssteun (De Pauw, 2005). De overheid stelt zich dan ook als taak marktcorrigerend op te treden met als doel pluriform, kwalitatief, vernieuwend cultureel aanbod te creëren en dit toegankelijk te maken voor een ruim en divers publiek. Daartegenover stelt men dat een cultuur overgelaten aan de vrije markt resulteert in een verschaald aanbod. Deze gedachte is reeds altijd expliciet en impliciet aanwezig geweest doorheen de geschiedenis van het cultuurbeleid. Onder meer onder invloed van Paul De Grauwe (1990) werden subsidies voor kunst vanaf de jaren '80 in vraag gesteld. Kunst en cultuur konden volgens hem best overgelaten worden aan de vrije markt. Hiermee lokte hij een felle discussie uit (Blokland, 1997). Subsidies werden niet afgeschaft, maar het economische werd belangrijker in het cultuurpolitieke discours (Bever, 1992; Abbing, 1993). Culturele instellingen werden gestimuleerd tot rendabiliteitsstreven, markteconomische principes deden hun intrede en zijn tot op vandaag nog sterk aanwezig.

De opkomst van de cultuurindustrie, de tendens tot vermarkting en het toenemend belang van de vrijetijdseconomie kan als bedreigend aangevoeld worden voor de gesubsidieerde sector. In beide sectoren liggen andere principes aan de basis: de culturele industrie streeft naar winstmaximalisatie en streeft dus particulier belang na, terwijl de gesubsidieerde cultuur het algemeen belang beoogt (De Pauw, 2005). Minister Anciaux verklaart immers dat deze nieuwe ontwikkeling ook kansen inhoudt. De culturele industrie ondersteunen kan ook opportuun geacht worden inzake het algemeen belang (De Pauw, 2005).

Aan de hand van de beleidsnota 2004-2009 wordt een opsomming gegeven van de doelstellingen van het cultuurbeleid in het algemeen. De doelstellingen van het kunstenbeleid worden in volgend hoofdstuk verder uitgediept. Algemene of transversale doelstellingen die aan bod komen in de beleidsnota zijn cultuurspreiding, cultuurparticipatie en culturele competentie, cultuurcreatie, bewaring, interculturaliseren, internationalisering, optimalisering van infrastructuurbeleid, cultuurindustriële beleid en e-cultuur. Meer specifieke doelen worden per beleidsdomein bepaald in het desbetreffende decreet.

## 1.4 Popmuziek en overheid.

Sinds het ontstaan van het Vlaams cultuurbeleid heeft men steevast de muziek ondersteund, maar niet alle muziek. Enkel die muziek die men beleidswaardig achtte. Dit was de klassieke muziek. In de jaren '90 kwam hier verandering in. Ook popmuziek werd beleidswaardig geacht. Men kan zich afvragen waarom een overheid wil betalen voor muziek. Men kan zich nog meer afvragen waarom een overheid wenst te betalen voor POPmuziek. En hoe tracht een overheid dit te legitimeren, aangezien het om 'ons belastinggeld' gaat? In wat volgt, wordt getracht een antwoord te geven op deze vragen.

#### 1.4.1 Wie betaalt er voor muziek?

“Muziek is duur lawaai”, “muziek is niet gratis”, het zijn uitspraken die men dikwijls hoort. Dat er in de muziekwereld geld omgaat moet je niemand nog vertellen. Toch is het soms vreemd, want hoe dan ook blijft muziek iets immaterieels. Iets vluchtig, efemeer. Men kan zich afvragen waarom mensen hier dan voor gaan betalen. Welke effecten heeft muziek dan precies?

Er zijn tal van redenen te bedenken waarom mensen willen betalen voor muziek. Eén daarvan is de functie van vertoon (Abbing, 1992). Een beroemd voorbeeld van iemand die veel geld over had voor muziek is Ludwig Von Bayern, die Richard Wagner rijkelijk bedeelde omwille van het betoverende in zijn muziek. In het Ancien Régime waren alle componisten afhankelijk van een mecenaat. Doorheen de 18<sup>e</sup> eeuw is er een verschuiving opgetreden van vorst en kerk naar burgerij als belangrijkste geldschieter (van den Berg, 1998). Vanaf de 19<sup>e</sup> eeuw ontstond er een kunstmarkt en in de 20<sup>e</sup> eeuw is die markt een sterkere rol gaan spelen. Voordien bestond er wel het troubadourschap dat de lagere echelons bediende van muzikaal entertainment. Deze muziekpraktijk speelde zich echter af op kermessen en markten en troubadours waren gedoemd armoedig te blijven. Met de industriële revolutie die het mogelijk maakte muziek op massaschaal reproduceerbaar te maken, denk maar aan de plaat en radio, kreeg de muziek van de lagere klassen een groter economisch draagvlak (van den Berg, 1998). Daarnaast nam de overheid de rol van mecenaat over en trad zij hoofdzakelijk marktcorrigerend op als ondersteuner van de klassieke muziek.

#### 1.4.2 Goede en slechte muziek.

Toen CVP minister Luc Martens in '98 van start ging met een popbeleid, ging dit gepaard met een massamediaal debat en heel wat heisa met als gevolg dat Martens meteen omgedoopt werd tot Popminister (van den Berg, 1998). Heel revolutionair kan men zijn aanpak echter niet noemen. Een actief popbeleid gaat immers verder dan enkel het subsidiëren van particulier initiatief (Amerynckx, 1999). Wat minister Martens deed, was niet veel meer dan het toenmalige muziekdecreet openstellen voor niet-klassieke genres. Men kan zich hierbij de vraag stellen waarom de overheid lange tijd de ene muziek niet gesubsidieerd heeft en de andere wel? Volgens Hans Onno van den Berg kan men een antwoord vinden in de geschiedenis. Klassieke muziek en opera werden ondersteund omdat dat vroeger ook al zo was. Weliswaar door een mecenas. Het is gevestigde kunst en als een overheid wil dat die kunstvormen blijven bestaan, dan is ze genoodzaakt om die te subsidiëren. Een tweede argument om de steun aan klassieke muziek te legitimeren, is dat die muziek niet commercieel is, bijgevolg een tegengewicht biedt aan de commerciële cultuur en daarom als artistiek en kunstzinnig beschouwd kan worden (van den Berg, 1998). De staat stelt kwaliteitscriteria op om te oordelen of de kunst dan al dan niet als artistiek waardevol mag doorgaan. Hiervoor schakelt een minister commissies en adviesraden in. Ten derde werd de gesubsidieerde kunst geacht een beschavende werking te hebben (van den Berg, 1998). Bach en Mozart werden bevorderlijk geacht voor de opvoeding. Kunst als Bildung.

### 1.4.3 Beleidsmatige benaderingen van popmuziek.

Paul Rutten stelt dat men popmuziek beleidsmatig op vier manieren kan benaderen. Ten eerste als een cultuurproduct dat morele paniek veroorzaakt. Denk maar aan de Beatles met hun lange haren of de opruiende concerten van Jim Morrison. Ten tweede een vorm van jeugdcultuur die ingeschakeld kan worden in een soort van welzijnspolitiek, bijvoorbeeld jeugdhuizen, waarin muziekbeleving centraal staat. Popmuziek dus als middel om de jeugd van straat te houden. Ten derde als een economische categorie, de overheid die popmuziek ziet als een louter commercieel product, en ten vierde als een kunstvorm (Rutten, 2001). Op basis van elke verschillende zienswijze kan men een ander beleid voeren. De reden die Luc Martens aanhaalde om een Vlaams popbeleid te gaan voeren, was simpelweg dat hij in wezen geen onderscheid zag met de andere muziekgenres (toespraak en beleidsbrief, 1998). Popmuziek werd dus als een kunstvorm gezien. Volgens Rutten is klassieke muziek in vergelijking met popmuziek door de autoriteiten nooit op verschillende manieren gepercipieerd geweest. Het werd meestal slechts in één domein gesitueerd, namelijk in dat van de kunst. Op basis van zijn hoge esthetische waarde heeft het altijd op overheidssteun kunnen rekenen.

### 1.4.4 Popmuziek: van commerce naar kunst.

Popmuziek is geen éénduidig vaststaand begrip, maar een aan tijd en ruimte gebonden begrip. Zoals aangetoond in het eerste hoofdstuk, is dit ook bij het cultuurbegrip het geval. De perceptie van popmuziek in een samenleving verandert. Naast de overheid hebben ook verschillende theoretici de popmuziek op verschillende manieren gepercipieerd doorheen de 20<sup>e</sup> eeuw.

De invloedrijke theoreticus Theodor W. Adorno had een groot aandeel in de negatieve perceptie rond popmuziek. In enkele geschriften karakteriseerde hij popmuziek ronduit als commerciële kitsch (Adorno, [1938] 2004; Horkheimer e.a. [1944] 2002). Op die visie is pas vanaf de jaren '70 uit sociologische hoek kritiek gekomen. Onder invloed van sociologen als Bourdieu ([1979] 1984) is het besef gegroeid dat de perceptie van klassieke muziek in termen van 'kunst' en 'hoge cultuur' ideologisch is. Bourdieu hing, samen met vele postmodernisten een waarderelativistisch perspectief aan. De waarde van muziek ligt buiten de muziek zelf, is niet intrinsiek, maar extrinsiek (Willemarck, 2003). De perceptie van klassieke muziek als intrinsiek waardevol en popmuziek als intrinsiek waardeloos verloor bijgevolg aan draagvlak. Op basis hiervan stelt Rutten dat het debat rond muziekbeleid gezien kan worden als een arena waar het gevecht rond waarde en betekenis van muzikale genres uitgevochten wordt (Rutten, 2001).

Naast Bourdieu gaan ook vele andere academici kunst en in het bijzonder muziek bekijken vanuit een sociologisch en antropologisch perspectief. De theoretische school van de 'cultural studies' heeft hier een belangrijke rol in gespeeld. Onder andere S. Frith en J. Shepherd hebben popmuziek verheven tot een ernstig studieobject (Willemarck, 2003). Ook in Vlaanderen was er aandacht voor de studie van de popmuziek. Een voorvechter in een Vlaams popbeleid en cultuursocioloog Gert Keunen pleitte er in de jaren '90 voor dat de overheid popmuziek zou erkennen als een

volwaardige cultuurvorm, waarvan de uitbouw en ontwikkeling gewaarborgd moet worden (Keunen, 1998).

Ook het onderscheid tussen hoge en lage cultuur kwam ter discussie te staan. Sinds de jaren vijftig zijn traditionele kunstopvattingen en sterke culturele scheidingslijnen minder aan de orde. Er is meer differentiatie en minder hiërarchie in patronen van cultuurproductie en –consumptie (Janssen, 2005). Cultuurparticipanten beperken zich niet meer tot ofwel hoge ofwel lage cultuur. In het geval van de muziek, was klassieke muziek een middel om zichzelf te distantiëren van de ‘ongecultiveerde massa’ ([1979] 1984). De laatste decennia is de cultuursnob geëvolueerd tot culturomnivoor (Peterson e.a., 1996).

#### 1.4.5 Popbeleid in het buitenland.

De relatie tussen overheid en populaire muziek is in de jaren '90 meer in de belangstelling komen te staan doordat vele landen een bredere cultuuropvatting gingen hanteren (Amerynckx 1999; Laermans 2001). Het gevolg hiervan is dat popmuziek in de cultuurpolitieke agenda opgenomen wordt. De mate waarin dit gebeurt, verschilt van land tot land. Engeland, Nederland, Ierland en Frankrijk bleken voorlopers te zijn (Amerynckx, 1999). Midden jaren '70 in Nederland was er een zeker segment in de Nederlandse rock cultuur die probeerde popmuziek in het domein van de kunst te krijgen. Dit deden ze door mainstream hitparade georiënteerde commerciële popmuziek te onderscheiden van 'kunst rock' (Rutten, 1993). Dit pleidooi werd belichaamd door Stichting Popmuziek Nederland. De stichting vroeg in '75 in een 'Rock plan' overheidssteun voor niet-commerciële, artistieke rock muziek. Met succes, want twee jaar later kende toenmalig minister van cultuur Van Doorn een eerste subsidie toe aan de stichting. De stichting bleef een centrale rol vervullen in het Nederlandse popbeleid en de overheidsmiddelen ervoor bleven gestaag groeien (Rutten, 1993).

#### 1.4.6 Het problematische karakter van een popbeleid.

Het popbeleid in Nederland, belichaamd door de Stichting Popmuziek Nederland (SPN), is in enkele opzichten problematisch volgens Rutten. De SPN moet namelijk een passende positie vinden tussen enerzijds de muziekindustrie en anderzijds de culturele overheid. Hier is sprake van een spanningsrelatie (Rutten, 1993). SPN wordt geconfronteerd met een cultureel veld waarin de markt de dominante premisse is in productie en distributie, maar het moet zijn activiteiten legitimeren als een publieke gefundeerde culturele organisatie door zichzelf te distantiëren van alles dat naar commercie ruikt. Enerzijds moet het SPN beleid dus de marktprincipes verwerpen omdat de betalende instelling, het ministerie van cultuur, dit vereist. Anderzijds moet SPN noodzakelijkerwijs omgaan met de muziekmarkt als integraal deel van het veld waarin ze opereert. Het is niet moeilijk om deze problematiek te betrekken op de Vlaamse situatie. Het muziekcentrum Vlaanderen en Poppunt zijn namelijk ook spelers die een positie innemen tussen overheid en markt. Zij opereren echter op kleinere schaal en staan niet in voor de verdeling van middelen.

Een tweede problematiek is dat SPN volgens Rutten de hoge cultuur versus massacultuur dichotomie in het domein van populaire muziek reproduceert. Het SPN is er in geslaagd om rock muziek te integreren in het 'kunst discours' en heeft hierdoor een plaats gewonnen in het officiële kunstenbudget (Rutten, 1993). Men kan zich hierbij afvragen of men het popbeleid niet moet onttrekken aan zo'n kunstendiscours, omwille van zijn commerciële karakter, ondanks zijn eventuele hoge kunstwaarde. De visie dat door overheidsingrijpen de tegenstelling hoog versus laag gereproduceerd wordt is ook de mening van Gust De Meyer (De Meyer, 2003).

## 1.5 Muziekdecreet en kunstendecreet, case popmuziek.

### 1.5.1 Muziekdecreet

Met het muziekdecreet van 31 maart 1998 sloop in Vlaanderen de popmuziek binnen in het officiële kunstendiscours. Popmuziek werd voor het eerst erkend als beleidswaardig. Bij het uiteenzetten van de probleemstelling werd er aan dit decreet reeds ruime aandacht besteed. Omdat het muziekdecreet nu niet meer van toepassing is en enkel nog maar de status heeft als voorloper van het kunstendecreet, wordt hier niet meer dieper op ingegaan. Enkele opmerkelijke trends en ontwikkelingen met betrekking tot popmuziek worden wel nog even op een rij gezet (administratie Cultuur, 2005).

- Binnen de structurele subsidies werden voornamelijk voorwaardenscheppende structuren betoelaagd, ruime aandacht ging naar muziekclubs en muzikeducatieve organisaties.
- Vanaf 2002 kregen managementbureaus projectsubsidies.
- Schotten tussen klassieke muziek en populaire muziek werden opgeheven, alle genres werden met dezelfde basiscriteria beoordeeld en het belangrijkste uitgangspunt was kwaliteit.
- De middelen voor de periode 2003-2006 werden verhoogd met meer dan 50 %. Ook het aantal gesubsidieerde organisaties steeg van 54 naar 75.
- Beleidsaccenten waren het stimuleren van een rijk en gediversifieerd muzieklandschap.
- Qua genre maakt pop/rock een enorme inhaalbeweging tegenover de klassieke sector. De klassieke scene wordt zelfs vanaf 2003 ingehaald door de pop/rock-scene.
- De overheid lijkt te kiezen voor een offensief popbeleid. De 'wij willen hits' campagne die in 2001 gelanceerd werd ter bevordering van de Vlaamse popmuziek is hier een illustratie van.

### 1.5.2 Kunstendecreet

Vanaf 2006 werden muzieksubsidies toegekend op basis van het kunstendecreet van 2 april 2004. Dit decreet biedt een open en samenhangend kader voor alle kunstvormen: podiumkunsten,

muziek, beeldende en audiovisuele kunst, letteren, architectuur, vormgeving, nieuwe media, en alle mengvormen daarvan. Het decreet hanteert een globale benadering van alle kunsten met het oog op meer transparantie en objectiviteit. Men wil de verschillende artistieke disciplines gelijk berechtigen en van een uniforme subsidieregeling voorzien. Dit gebaseerd op kwaliteitsbeoordeling. De organisaties kunnen kiezen voor een subsidie voor het geheel van hun werking in de vorm van twee- of vierjarige financieringsbudgetten of een projectmatige subsidiëring. Ook is er voorzien in ondersteuning van internationale initiatieven, kunsteducatieve of sociaal-artistieke projecten, publicaties en steunpunten voor alle sectoren. Verschillende oude decreten zijn geïntegreerd in het nieuwe kunstendecreet. Dit is ook het geval voor het muziekdecreet. De grote lijnen blijven hetzelfde in het geval van de professionele muziek.

### 1.5.3 Doelstellingen en criteria

In een discussienota 2002 kan men lezen dat het de doelstelling is van het kunstendecreet om te komen tot een **rijk artistiek landschap**, niet enkel in Vlaams, maar vooral ook **in een internationaal perspectief**. Dit wordt verder gespecificeerd in een aantal doelstellingen.<sup>5</sup>

In de beleidsnota 2004-2009 staat dat het Kunstendecreet de start wordt van een globaal kunstenbeleid, waarin correcte evenwichten moeten worden gevonden, zonder dat dit mag leiden tot kwaliteitsverlies. Er wordt niet gekozen voor een eenzijdige benadering, maar de minister geeft aan te zullen waken over een **aanbod dat veelzijdig en divers** is, zodat het in al zijn diversiteit voor elke geïnteresseerde burger iets te bieden heeft. Meer specifiek voor muziek formuleert de minister dat het voor die sector de uitdaging is om binnen de beschikbare budgettaire ruimte de **diversiteit van het aanbod** te stimuleren en de **leefbaarheid van de disciplines** te verzekeren. Als bedreigingen ziet hij het al dan niet vermeende overaanbod, de dalende verkoop in de muziekindustrie, het Nederlandstalige genre dat minder prioritair wordt voor platenfirma's en een dalende ondersteuning voor buitenlandse tournees van Vlaamse popgroepen. Als specifiek aandachtspunt naar popmuziek toe stelt hij het IJslandmodel voorop. Hij verklaart dat Vlaanderen in de hedendaagse populaire muziek een aantal grote talenten heeft die zich zonder enige twijfel kunnen handhaven op een hoog internationaal niveau. Het probleem dat hij ziet, is dat ze moeten opereren in een uiterst competitieve omgeving waarin ze bijzonder hard moeten knokken om te overleven. Hij geeft aan dat een aantal kleinere landen zwaar hebben geïnvesteerd in hun beste cultuurambassadeurs en geeft IJsland als bijzonder succesvol voorbeeld. Ook de andere Scandinavische landen leverden volgens hem vergelijkbare inspanningen om hun muzikanten internationaal onder de aandacht te brengen en te houden. Hij wil onderzoeken op welke manier men de **Vlaamse kunstenaars een actievere ondersteuning en begeleiding kan bieden bij de uitbouw van hun internationale carrière**. Simon Frith (1996) geeft aan dat er bewijs is dat staatssteun een effect heeft op de internationale verkoop van lokale muziekgroepen.

---

<sup>5</sup> Zie bijlage 1: opsomming van doelen en criteria van het kunstendecreet.

In de beleidsbrief 2007 benoemt minister Anciaux drie aandachtspunten: instroom van nieuwe initiatieven, continuering van bestaande, goed werkende organisaties en de uitbouw van een divers landschap. Doelstellingen worden nagestreefd door criteria<sup>6</sup> op te stellen waaraan een subsidieaanvraag moet voldoen. De administratie en de beoordelingscommissies geven advies op basis van deze criteria.

#### 1.5.4 Subsidieoverzicht

In een eerste structurele erkennings- en subsidieronde in het kader van het kunstendecreet voor de periode 2007-2009 koos de minister om vooral de positie van speelplaatsen (concertorganisaties en clubs) te versterken. Voor de managementbureaus was het de eerste kans om een structurele subsidie aan te vragen. Deze werden voordien mits projectsubsidie betoelaagd. Het totale budget voor muziek is opnieuw exponentieel gegroeid. De minister wijst er echter op in zijn beleidsbrief 2007-2009, dat de grenzen van de groei stilaan bereikt zijn. Voor de projectsubsidies, opnamesubsidies en subsidies voor compositieopdrachten heeft de minister een status-quo voorzien in 2007. Een aantal projectaanvragers van voorgaande jaren zijn immers overgestapt op een meerjarige subsidie, bijvoorbeeld de managementbureaus, wat de stijging daar deels verklaart.

### 1.6 Culturele industrie, case popmuziek.

In dit deel wordt het begrip culturele industrie behandeld, waarbij er opnieuw specifieke aandacht gaat naar de popmuziek. Popmuziek wordt in dit deel eerder economisch benaderd, dan artistiek, zoals in voorgaande delen. Er wordt gestart met een begripsomschrijving en nadien worden belangrijke kenmerken, evoluties en trends geschetst. Tevens wordt er stilgestaan bij de creatieve industrie en de muziekindustrie en dit in een specifiek Vlaamse context.

#### 1.6.1 Begripsomschrijving

Het concept culturele industrie vindt zijn oorsprong in de geschriften van Adorno en Horkheimer, twee filosofen van de Frankfurter Schule. (Horkheimer e.a., [1944] 2002; Hesmondhalgh, 2002; Negus e.a., 2004) Zij hebben de term erg negatief geconcipieerd. De term was bedoeld om te shockeren. Cultuur wordt geduid als kunst, die volgens hen een kritische functie moet hebben. In het verkoopbaar maken van kunst en cultuur zagen ze een verlies van die kritische functie. Cultuur en industrie waren in hun visie onverzoenbaar. Die cultuurpessimistische visie bleef in de vorm van de tegenstelling cultuur versus industrie sterk doorleven in bepaalde contexten. Zo bijvoorbeeld stond het Vlaamse cultuurbeleid lange tijd niet open voor commerciële initiatieven. Pas in de jaren '80 onder een meer neo-liberaal beleid kwam hier verandering in.

---

<sup>6</sup> Zie bijlage 1: opsomming van doelen en criteria van het kunstendecreet.

Bij elk onderzoek naar de omvang van de culturele industrie is het belangrijk te weten wat er allemaal onder die noemer valt. Er is helemaal geen duidelijkheid omtrent definiëring van de 'cultural industries' (Hesmondhalgh, 2002; Throsby, 2001; Segers e.a., 2006a; Galloway e.a., 2007). Pratt (2005) geeft aan dat dit vooral problematisch is bij het in kaart brengen van de sector. In wat nu volgt wordt er getracht enige duidelijkheid te scheppen omtrent definiëring van de culturele industrie.

Wat men kan doen als er geen consensus is over definiëring onder academici, is terugvallen op een autoriteit. Unesco is zo'n autoriteit inzake de culturele industrie. Al sinds de jaren '80 hebben zij aandacht voor de cultuurindustrie. Unesco omschrijft de term 'cultural industries' als het geheel van industrieën die instaan voor productie, distributie en commercialisering van 'contents' die immaterieel en cultureel van aard zijn. Deze 'contents' zijn beschermd door 'copyright' en kunnen de vorm van goederen of diensten aannemen. In een economische context wordt er vaak ook gesproken van 'creatieve economie' en in een technologische jargon van 'content industrie'. De culturele industrie heeft een uitgesproken tweevoudige natuur, namelijk cultureel en economisch. (<http://portal.unesco.org/culture/>) Naast deze algemene omschrijving is het noodzakelijk voor elk onderzoeker of overheid om een pragmatische definitie te hanteren. Dit heeft gezorgd voor een verscheidenheid aan definities in verschillende landen en bij verschillende auteurs, vaak afhankelijk van de context. Over het algemeen gaat het om gedrukte media, audiovisuele media, muziekindustrie, filmindustrie, uitgeverijen, design en multimedia. Sommige definities bevatten ook architectuur, beeldende kunst, concertindustrie, reclame industrie en zelfs sport en gastronomie.

### 1.6.2 Kenmerken

In deze paragraaf worden een aantal algemene eigenschappen van de culturele industrieën behandeld. Er wordt hier niet gestreefd naar een exhaustieve behandeling, daarvoor is het opzet van deze verhandeling te beperkt. Het voorbeeld van de muziekindustrie wordt gebruikt om zaken te verduidelijken.

Een eerste kenmerk is dat culturele industrie '**risky business**' is (Caves, 2000; Hesmondhalgh, 2002; Segers e.a., 2006b). Men weet vooraf niet of een product succesvol is op de markt. En misschien is dat maar goed ook. Als men Adorno moet geloven is er aan de muziekindustrie niet veel risico verbonden (Willemarck, 2003). Hij beweerde immers dat het publiek gestandaardiseerde producten herhaaldelijk via de media door de strot geramd krijgt. De consument gaat die producten smaken omdat hij de deuntjes herkent. In tegenstelling tot het mediadeterministische discours van Adorno en ondanks agressieve marketingstrategieën<sup>7</sup>, beweert Garnham dat het publiek toch op een onvoorspelbare en vluchtige manier consumeert (Garnham, 1990; Hesmondhalgh, 2002).

---

<sup>7</sup> Zie bijlage 2: overzicht van enkele strategieën die de culturele industrieën hebben ontwikkeld om hoge risico's te counteren.

Een tweede kenmerk is de **hoge productiekosten en lage reproductiekosten** (Hesmondhalgh, 2002). In het geval van een platenfirma zijn er hoge kosten om de 'first copy' te maken. Compositie, opname, mixing, kosten veel tijd en geld. Nadien is het echter relatief goedkoop om een enorme hoeveelheid 'copies' te reproduceren. Dit betekent dat grote 'hits' enorm winstgevend zijn. Maar die zijn nodig om het onvermijdelijk hoge aantal flops goed te maken. In het live circuit daarentegen blijft de reproductiekost enorm hoog. Men moet namelijk telkens opnieuw beroep doen op gespecialiseerde mankracht. Dit fenomeen wordt in de economische literatuur aangeduid met de 'wet van Baumol' (Baumol e.a., 1966).

Een derde kenmerk is dat het om **semi-publieke goederen** gaat (Hesmondhalgh, 2002). Dit betekent dat niet één, maar velen de mogelijkheid hebben om eenzelfde goed te consumeren. De culturele industrie probeert een vraag te creëren om de waarde van de goederen hoog te houden. Bijvoorbeeld door reclame en bescherming van het auteursrecht probeert men schaarsheid te creëren in de markt (Garnham, 1990; Hesmondhalgh, 2002).

Een laatste kenmerk is de **relatief hoge autonomie die de creatievelingen krijgen in het productieproces** (Hesmondhalgh, 2002). Zeker als men dit vergelijkt met andere industrietakken. Dit is te wijten aan de eeuwenoude romantische conceptie dat creatieve autonomie noodzakelijk is om te komen tot een origineel product. Hiertegenover staat wel dat er een strakke controle is over distributie en marketing (Hesmondhalgh, 2002).

### 1.6.3 Evolutie en trends na 1950.

In de Westerse kapitalistische landen onderscheidt men twee karakteristieke periodes, afhankelijk van de economische conjunctuur:

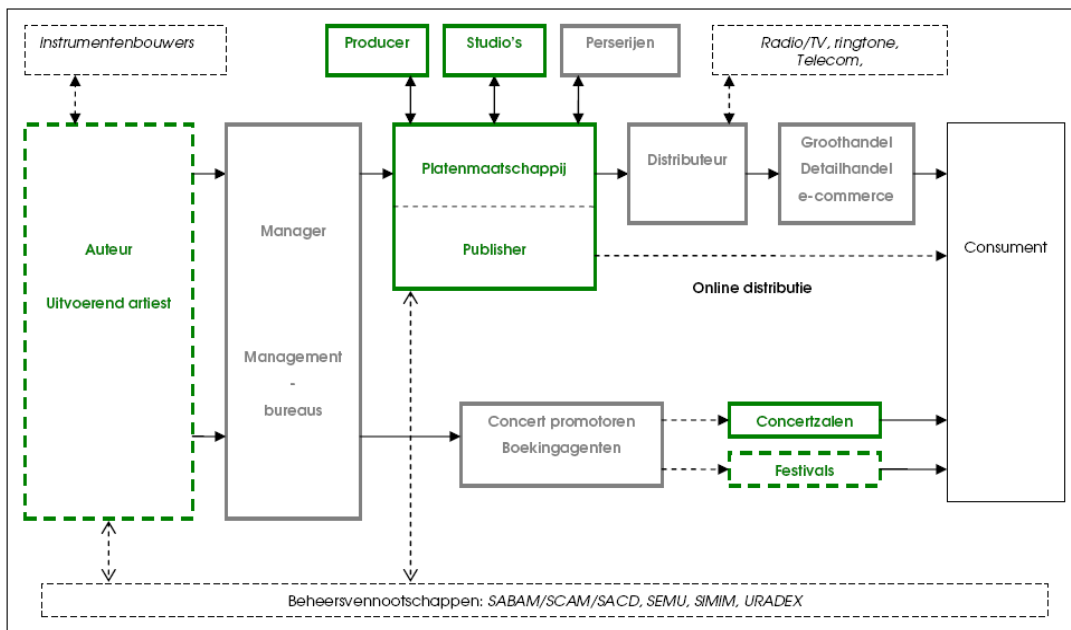
1. Periode van 1950 tot 1970: stabiele economische groei.
  - Levensstandaard en rijkdom stijgen.
  - Democratisch bestuur.
  - Toename van vrije tijd. (Maenhout e.a., 2006)
  - Technologische verandering.

Dit heeft twee gevolgen voor de cultuurindustrie. Ten eerste een enorme expansie van de cultuurindustrie. Ten tweede ontstaat vanaf de jaren '60 een sterke internationaliseringstendens. Denk maar aan de platen van de Beatles of de grote Hollywood kaskrakers die ook in België erg populair waren.

2. Periode vanaf 1970 tot nu: verminderde economische groei.
  - Economische recessie.
  - Neo-liberaal bewind: beperktere staatsinterventie in de vorm van privatisering en deregularisering. (Hesmondhalgh e.a., 2005; Segers e.a., 2006a)
  - Opkomst van de digitalisering (Segers e.a., 2006a).

Deze evolutie heeft tot gevolg dat staatsmonopolies worden doorbroken, bijvoorbeeld in de audiovisuele sector waardoor in Vlaanderen spelers als VTM ontstaan. Het cultureel ondernemerschap krijgt meer ruimte en door de digitalisering is er een nog sterkere trend naar internationalisering en globalisering. De culturele industrieën reageren aan de hand van toenemende integratie. Grote conglomeraten ontstaan en worden in wisselende context aangeduid als moguls, mergers of majors. Opvallend is ook de dominantie van Amerikaanse producten (Hesmondhalgh, 2002).

#### 1.6.4 De muziekindustrie in Vlaanderen.



**Figuur 1: De verschillende spelers in de muziekindustrie. Bron: De Voldere e.a., 2007.**

De muziekindustrie heeft een complexe structuur, er zijn allerhande spelers actief. Men kan die spelers onderverdelen in twee circuits (De Voldere e.a., 2007). Enerzijds de opname-industrie, anderzijds de concertindustrie. Beide vertrekken bij de auteur/componist en de uitvoerende artiest, die de creatieve input levert. Vaak is dit eenzelfde persoon, maar niet altijd. De artiest wordt meestal bijgestaan door een management. In de opname-industrie zijn de schakels van de schepper, het management, de platenmaatschappij, de publisher, de producer, de studio, de perserij, de distributie en de handel betrokken. In de concertindustrie zijn de schepper, de manager, concertpromotoren, boekingsagenten, concertzalen en festivals actief. Iedere speler in de muziekindustrie vervult zijn eigen rol. De opname- en concertindustrie zijn niet strikt gescheiden van mekaar. Een platenmaatschappij komt bijvoorbeeld rechtstreeks in contact met boekingsagenten en concertpromotoren, om de promotie rond een artiest op mekaar af te stemmen (De Voldere e.a., 2007). Vaak neemt ook één speler verschillende rollen op zich. Zo is Live Nation een bekend boekingskantoor dat ook concertpromotor is. De combinatie van

management en platenmaatschappij komt ook meer en meer voor. Naast het live circuit en het opname circuit, kan men nog een derde circuit onderscheiden. Namelijk dat van muziekgave of publishing. Door het exploiteren van de muziekrechten genereren spelers uitgestelde inkomsten via de beheersvennootschappen (De Meyer e.a., 2003).

## 1.7 Naar een beleid voor culturele industrie, case popmuziek.

### 1.7.1 Cultuurindustriële beleid

De eerste grote poging om een beleid te voeren rond culturele industrieën kwam er van UNESCO. Zij leverden in de jaren '80 de basis voor een definitie en een kader voor de cultuurindustrie (Girard, 1982; Hesmondhalgh e.a., 2005). Ook lokale en nationale overheden, vooral in Engeland, begonnen aandacht te krijgen voor een beleid naar de culturele industrie. Dit voornamelijk in een context van stadsregeneratie. Ook het Franse ministerie van Cultuur gaf speciale aandacht aan de culturele industrie, voornamelijk in film en cinema (Hartley, 2006). Dit kan men echter percipiëren als een uitbreiding van bezorgdheid om 'hoge cultuur' en nationale identiteit van de traditionele kunstensector tot de 'hoge kunst' binnen de culturele industrie.

Het beleid rond een culturele industrie werd op tal van manieren gelegitimeerd. Een invloedrijk idee was dat van culturele industrie, omgedoopt tot creatieve industrie, als manier om postindustriële economieën te versterken. Vanwege de toenemende concurrentie van de lagelonenlanden is het van belang dat de Westerse landen meer en meer hun economisch en commercieel heil gaan zoeken in het creëren van producten en diensten die hun waarde ontleen aan de toegevoegde betekenis, identiteit of ervaring (De Nijs, 2006). Hierdoor ontstond een beleid naar creatieve industrie in een aantal landen (Canada, Nieuw-Zeeland, Engeland, Australië). Bij deze landen wordt de nadruk gelegd op export en cultureel protectionisme. Een belangrijke reden was het tegengaan van de 'veramerikanisering' via de markt en ruimte creëren voor lokale culturele productie en consumptie (Hesmondhalgh e.a., 2005). De creatieve industrie draagt bij aan een economische groei, werkgelegenheid en bovendien fungeert ze als een hefboom voor regionale ontwikkeling (Florida, 2002; Throsby, 2001; Segers e.a., 2006b). Ook Vlaanderen moet de kaart trekken van de creatieve economie (Maenhout e.a., 2006). De Amerikaanse econoom Richard Florida (2002) heeft een belangrijk aandeel in de 'hype' rond de creatieve industrie. Hij beweert dat 'de creatieve stad' met hoge concentraties high-tech specialisten, artiesten, muzikanten, homo's en bohémiens correleren met een hoger niveau van economische ontwikkeling. Bepaalde delen van Florida's theorie zijn erg omstreden, maar men kan niet ontkennen dat de explosief toegenomen aandacht voor de creatieve economie voor een groot deel toe te schrijven valt aan Florida. De kennis bestond voordien ook al maar was te versnipperd (Van Puffelen, 2000; Mommaas, 2006). De krachtige boodschap: 'triple T'<sup>8</sup>, de toenemende bezorgdheid over het ontstaan van de nieuwe economieën (Zuid-Oost Azië en Oost-Europa) en de behoefte van

---

<sup>8</sup> De 'triple T' van Florida slaat op technologie, talent en tolerantie, kenmerken van een creatieve stad.

de kunst- en cultuursector om erkenning en alternatieve financieringsbronnen kunnen een verklaring zijn voor de impact van Florida (Mommaas, 2006).

### 1.7.2 Problemen en spanningen.

Ondanks de boom in cultuur industrieel beleid, is het gegeven van de culturele industrie omgeven met spanningen omtrent de rol ervan in cultuurbeleid (Hesmondhalgh e.a., 2005). Het problematische aan de definitie en statistische omvang hebben we hierboven reeds besproken. Een ander problematisch aspect is het gegeven dat de culturele industrie moeilijk past in een cultuurbeleid. Er is namelijk een spanning tussen de doelstellingen van beide. De klassieke kenmerken van het cultuurbeleid -zoals het romantische ideaal van autonome genie, het democratische ideaal, het Bildungsideaal en de beoordeling van kunst aan de hand van experts en commissies in plaats van het marktoordeel- stroken niet met de cultuurindustrieën die werken vanuit een commercieel oogpunt.

De spanningen tussen artistieke en economische doelen zijn dan ook erg duidelijk op internationaal niveau. Als men culturele industrieën karakteriseert als economisch, dan zijn ze onderwerp van de regelgeving van de WTO, de wereldhandelsorganisatie (Jongeleen, 2007). In GATT-onderhandelingen<sup>9</sup> hebben vooral de Fransen gepleit voor de notie van 'culture exceptionelle' waardoor culturele handel een uitzondering vormt in de vrijhandel (Throsby, 2001). Dit bewijst dat er niet enkel op nationaal niveau naar cultuurindustrieel beleid gekeken mag worden. Ook het 'first mover advantage' van de Verenigde Staten in cultuurindustriële productie, waardoor er nog maar weinig ruimte gelaten wordt voor andere landen, zet deze stelling kracht bij (Hesmondhalgh e.a., 2005).

### 1.7.3 Cultuurindustrieel beleid in een Vlaamse context.

Nadat er in het buitenland verschillende voorbeelden waren van een cultuurindustrieel beleid, kon de Vlaamse overheid natuurlijk niet achterblijven. Er waren verscheidene ontwikkelingen die ertoe geleid hebben dat cultuur en economie meer naar mekaar toegroeiden, met als gevolg dat een cultuurindustrieel beleid ook in Vlaanderen niet meer langer op zich kon laten wachten.

Een eerste ontwikkeling was de stijgende aandacht voor economische rendabiliteit in het Vlaamse kunsten- en cultuurbeleid. Dit werd hierboven reeds aangekaart. In het recente kunstendecreet is er ook een sterke economische insteek. Onder andere de regelgeving dat organisaties verplicht zijn een minimumpercentage aan eigen inkomsten te genereren.

Een tweede ontwikkeling was dat in het culturele veld en bij de cultuuroverheid het besef gegroeid was dat de lokale cultuurindustrieën ook hun bijdrage kunnen hebben in de realisatie van de

---

<sup>9</sup> GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) is de naam van een internationaal handelsverdrag en de (informele) organisatie daaromheen (<http://nl.wikipedia.org/wiki/>).

culturele doelstellingen zoals het streven naar diversiteit in het aanbod, een hogere cultuurparticipatie en een internationale uitstraling van Vlaamse cultuur (Segers e.a., 2006b). Met andere woorden, de Vlaamse overheid erkent de cultuurindustrieën (Van Der Hert en e.a., 2005).

Een derde ontwikkeling was dat de economische meerwaarde die cultuur kan bieden, werd erkend door de Vlaamse overheid. Het hele Florida verhaal (zie boven) heeft duidelijk zijn sporen nagelaten bij de Vlaamse overheid, in die mate zelfs dat het Flanders District of Creativity werd opgericht in 2004. Ook het gegeven van de Europese Lissabondoelstellingen heeft zijn beleidsmatige effecten. In het Vlaams regeerakkoord (2004) geeft men aan dat in de hedendaagse economie informatie, kennis, innovatie, opleiding en vooral creativiteit de immateriële krachten vormen achter groei. Tegenover de nieuwe concurrenten, die een belangrijk kostenvoordeel hebben ten aanzien van Vlaamse ondernemingen, wordt concurreren op lage prijzen steeds minder evident volgens het regeerakkoord. Bijgevolg moet Vlaanderen groeien in betere en superieure producten en diensten, met een hogere toegevoegde waarde. Vervolgens wordt nog vermeld dat productinnovatie, ontwikkeling van nieuwe markten en vernieuwing van organisatorische processen, marketing en design hierin cruciaal zijn. Topprioriteiten geformuleerd in het regeerakkoord, zijn meer ondernemen en meer werkgelegenheid. Ook in het licht hiervan kan men het ontstaan van een cultuurindustriële beleid schetsen.

Bovendien heeft cijfermatig onderzoek van de Vlerick aangetoond dat de creatieve economie in Vlaanderen sneller groeit dan de rest van de economie. (Maenhout e.a., 2006) Als men de definitie van Rutten et al. (2004) hanteert, is de creatieve industrie goed voor een toegevoegde waarde met een aandeel van 2% in de Vlaamse economie en is het aantal werknemers goed voor een aandeel van 1,36% in de Vlaamse economie (Maenhout e.a., 2006). Dit zijn geen spectaculaire cijfers. Hieruit kan men besluiten dat de creatieve economie een relatief kleine sector blijft. Toch moet men altijd kritisch omgaan met cijfers over de omvang van de creatieve sector, aangezien die sterk afhankelijk zijn van de definitie die men hanteert.

#### 1.7.4 CultuurInvest

Het gevolg van de bovengenoemde ontwikkelingen is dat er in het regeerakkoord 2004 duidelijk sprake is van het ontwikkelen van een beleid voor de creatieve industrieën, gekaderd in een algemeen cultuurbeleid. Dit moet telkens gebeuren met een analyse en een actieplan en het zou kunnen leiden tot oprichting van een culturele investeringsmaatschappij. De mogelijke inbreng van publiek-private samenwerkingsverbanden en fiscale instrumenten wordt verkend.

Dat de regering woord gehouden heeft kan men moeilijk ontkennen. In 2004 nog werd er opdracht gegeven aan Guido de Brabander (2005) om een onderzoek te voeren naar de mogelijkheden van een investeringsbeleid met betrekking tot de cultuurindustrie in Vlaanderen. In 2005 werd een visietekst cultuurindustrie opgesteld en op 31 maart 2006 was er de goedkeuring van de Vlaamse regering voor CultuurInvest.

CultuurInvest is een nieuw beleidsinstrumentarium voor ondernemingen in de sector van de cultuurindustrieën. De initiatiefnemers waren Vlaams minister van cultuur Bert Anciaux, Vlaams minister van economie en innovatie Fientje Moerman en Vlaams minister van Financiën en Begroting Dirk van Mechelen. De drie ministers willen met CultuurInvest een nieuwe doelgroep met een nieuw instrumentarium ondersteunen, aanvullend op en complementair met het instrumentarium van het kunstendecreet (persmededeling 31/03/2006). CultuurInvest is een fonds dat ontwikkeld is naar analogie met Canadese en Catalaanse voorbeelden en het zal beheert worden door de PMV, de ParticipatieMaatschappij Vlaanderen. CultuurInvest wil investeren en ondersteunen. Investeren gebeurt via projectfinanciering, groeikapitaal en achtergestelde leningen en er wordt samenwerking beoogd met andere instrumenten beheerd door de PMV (Vinnof, waarborgregeling, Participatiefonds e.a.). Ondersteuning geeft CultuurInvest hoofdzakelijk in de vorm van doorverwijzing naar bestaande tools voor managementondersteuning en coaching. Belangrijk om te weten is dat het om een rollend fonds gaat. Het startkapitaal, dat 20 miljoen euro is en voor de helft bijeengebracht wordt door de overheid en de andere helft door private partijen, wordt verondersteld te groeien. Er wordt met andere woorden een positief rendement nagestreefd op de investeringsactiviteiten. Door de opbrengst te herinvesteren in de sector wil men op lange termijn, ondanks een relatief beperkte kapitaalbasis, toch een significante impuls geven aan de sector.

#### 1.7.5 Case popmuziek

De visietekst (2005) met betrekking tot culturele industrie in Vlaanderen geeft aan dat door de grote diversiteit binnen de muzieksector het moeilijk is om een eenduidig plan op te stellen voor de samenwerking tussen de creatieve muziekindustrie en de overheid. Vanuit de sector zijn er tal van uiteenlopende vragen naar de overheid. De vraag naar de toepassing van het systeem van de tax shelter en de verlaging van het BTW tarief zijn maar enkele voorbeelden. CultuurInvest kan onder andere een rol spelen in het zoeken naar innoverende oplossingen met betrekking tot digitalisering (De Voldere e.a., 2006). Ook wat exportbeleid van Vlaamse muzikale diensten en producten betreft, lijkt er voor de overheid een rol weggelegd, al dan niet mits CultuurInvest. In het kader van een toegenomen globalisering en integratie van de muziekindustrie is het noodzakelijk dat de Vlaamse overheid reflecteert op haar huidige cultuur- en muziekbeleid (Segers, e.a., 2003). Met betrekking tot het live entertainment gebeuren in de popmuziek is de gekende problematiek van Baumol en Bowen (zie boven) iets waar CultuurInvest een antwoord op kan zijn.

## 2. Methode

### 2.1 Vraagstelling

Zoals vermeld in de inleiding, vertalen we de brede onderzoeksvraag in 4 concrete onderzoeksvragen:

1. Wat zijn de doelstellingen van het kunstenbeleid? Case popmuziek.
2. Waarom nu ook cultuurindustriële beleid? Case popmuziek.
3. Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het kunstenbeleid? Case popmuziek.
4. Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het cultuurindustriële beleid? Case popmuziek.

Bij elke vraag staat er 'case popmuziek'. Dit omdat de rode draad doorheen het onderzoek de focus op popmuziek is. Meer specifiek: popmuziek in Vlaanderen, omdat het cultuurbeleid waarover wordt gesproken in dit onderzoek enkel van toepassing is op Vlaanderen. Met popmuziek wordt alle muziek die niet-klassiek is, bedoeld. Popmuziekbeleid is onderdeel van het kunstenbeleid en dat wordt gereguleerd door het kunstendecreet. Met het cultuurindustriële beleid wordt CultuurInvest bedoeld, het beleidsinstrument van de overheid inzake cultuurindustriële beleid.

Vraag 1 en 2 worden in de inleiding vanuit een theoretische invalshoek beantwoord. Aan de hand van een kwalitatief onderzoek wordt de theorie getoetst aan de praktijk van het cultuurbeleid. Er wordt gepeild naar de visies, doelen, opvattingen en motieven van de beleidsmakers.

Vraag 3 en 4 worden beantwoord aan de hand van een kwalitatieve bevraging van de verschillende spelers in de popmuzieksector.

### 2.2 Onderzoekstype

De keuze voor een kwalitatief onderzoek is evident, aangezien de onderzoeksvragen van kwalitatieve aard zijn. Er werd op een genuanceerde manier gepeild naar intenties, doelen, verwachtingen, opvattingen en visies bij de onderzoekspopulatie. Het moet duidelijk zijn dat er niet gezocht werd naar feiten, want daarvoor is kwantitatief onderzoek meer aangewezen (Baarda e.a., 2005).

### 2.3 Onderzoekspopulatie

De respondenten werden onderverdeeld in twee grote groepen: de beleidsmakers en de popmuzieksector. Men kan het beschouwen als respectievelijk de aanbieder en de vrager inzake

het popmuziekbeleid. Vraag één en twee van mijn vraagstelling zijn van toepassing op de eerste groep, vraag drie en vier op de tweede groep. Daarbuiten werd nog een beroep gedaan op enkele deskundigen. Hun antwoorden zijn van toepassing op alle vier de vraagstellingen.

De respondenten uit de eerste groep zijn: Bart Caron, Stefaan De Ruyck, Peter Jolling en Jan Denolf. Ze zijn gekozen op basis van hun betrokkenheid en deskundigheid inzake kunst en cultuurindustriële beleid. In de tweede groep werden 6 categorieën gemaakt. Uit elke categorie werd minstens één speler geïnterviewd.<sup>10</sup> Het getal tussen haakjes geeft aan hoeveel organisaties uit elke categorie geïnterviewd zijn. Management (3), platenfirma (4), publisher (2), concerttortwezen (2), boeker (2) en artiest (1). Op die manier werd er gepoogd een goede vertegenwoordiging van de sector te bekomen. Sommige organisaties horen in twee categorieën thuis. De groep deskundigen bestaat uit: Tine Maenhout, Isabel De Voldere, Geert Allaert en Stef Coninx. In totaal zijn er 20 personen geïnterviewd.

## 2.4 Dataverzameling

De respondenten werden aan de hand van open, halfgestructureerde interviews ondervraagd (Baarda e.a., 2005). Voor de eerste groep, de beleidsmakers, werden er andere vragen gehanteerd dan voor de tweede groep, de popmuzieksector. Bij de deskundigen werd een mix van vragen uit de twee groepen gehanteerd. De vragen werden opgesteld aan de hand van een grondige literatuurstudie. De vragen waren licht structurerend voor het interview, maar de respondenten konden hun eigen verhaal kwijt. Tijdens de interviews is er kritisch ingepikt op de antwoorden van de respondenten. De informatie verkregen uit vorige interviews werd teruggekaatst naar respondenten in daarna volgende interviews. Zo konden thema's op een diepgaande manier besproken worden.

## 2.5 Data-analyse

In eerste instantie is er een tekstbestand gemaakt van alle interviews. Nadien is de labeling methode toegepast (Baarda e.a., 2005). De verkregen informatie werd geselecteerd op zijn relevantie. Vervolgens werd de relevante tekst opgesplitst in fragmenten. De fragmenten werden ondergebracht in categorieën of labels. Nadien werden de labels geordend en gereduceerd om tot een aantal kernlabels te komen. Aan de hand hiervan wordt in deel 3 op een zo overzichtelijk mogelijke manier een synthetisch beeld gegeven van de resultaten. De resultaten worden weergegeven in twee delen. Eerst de informatie verkregen uit de groep van beleidsmakers, het zogezegde 'aanbod'. Nadien de informatie uit de popmuzieksector, de zogezegde 'vraag'. De informatie verkregen van deskundigen komt aan bod in beide delen. Vervolgens is het mogelijk om op elk van de 4 onderzoeksvragen een gefundeerd antwoord te formuleren. Dat gebeurt in deel 4,

---

<sup>10</sup> Zie Bijlage 3: overzicht van de categorieën en de verschillende spelers in elke categorie.

waar ook een terugkoppeling naar de bredere onderzoeksvraag en de theorie uit de inleiding plaatsvindt.

## 3. Resultaten

### 3.1 Aanbod (de beleidsmakers)

#### 3.1.1 Waarom cultuurindustriële beleid?

Eenzijds is er de **negatieve motivatie**. Er was een groot gebrek aan een cultuurindustriële beleid.<sup>11</sup> Het was een lacune in het beleid. De culturele industrie heeft vóór CultuurInvest nooit een beleid gehad. De sector is sterk in opmars. De commerciële poot in de culturele wereld is zich nadrukkelijker gaan profileren, met als gevolg dat men deze niet meer kon negeren. Bovendien was de situatie ondraaglijk geworden voor de overheid omdat er een exponentiële groei van ondersteuningsaanvragen was.<sup>12</sup> Het kabinet vindt dat het huidige budget van het kunstendecreet niet meer sterk kan groeien, dus was er nood aan nieuwe instrumenten om de druk rond bestaande instrumenten voor een stuk te verkleinen. Daarnaast heeft men overal in Europa hetzelfde zien gebeuren.<sup>13</sup> Het idee ontstond naar analogie van wat er in Québec en Catalonië bestond. Er was internationaal ook veel rond te doen. Eerst Unesco, nu ook de Europese Unie. In het buitenland was er al veel aandacht voor de culturele industrie, Vlaanderen is gevolgd.

Anderzijds is er het feit dat de **noden van de cultuurindustrie nu wel worden onderkend**. De meeste respondenten geven duidelijk aan dat de cultuurindustrie een risicovolle business is en dat er daarom nood is aan ondersteuning.<sup>14</sup> De onderzoekers van de Vlerick stellen zich de vraag of dit niet enigszins overroepen is.<sup>15</sup> In elke sector zijn er risico's voor investeerders. Ze wijten de grotere risico's in de culturele industrie dan eerder aan gebrek aan durf en professionaliteit. Ook de kleinschaligheid van Vlaanderen,<sup>16</sup> wat resulteert in een Angelsaksische dominantie in het commerciële cultuuraanbod, wordt als probleem aanzien. De overheid wil daar iets tegenover stellen. Het is een vorm van protectionisme, bescherming van de eigen markt. Die kleinschaligheid heeft ook als gevolg dat er problemen en moeilijkheden zijn voor export en internationalisering.<sup>17</sup>

Ten slotte kan men ook spreken van een **positieve motivatie**. Ten eerste draagt het cultuurindustriële beleid bij tot de doelstellingen van het cultuurbeleid, namelijk diversiteit en participatie.<sup>18</sup> De overheid moet zorgen voor een divers en rijk aanbod. Wat participatie betreft, wordt aangegeven dat het commerciële aanbod doorgaans erg toegankelijk is. Ten tweede kan de

---

<sup>11</sup> Interview: De Ruyck, S., Jolling, P., Caron, B., De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>12</sup> Interview: De Ruyck, S., Denolf, J., Jolling, P.

<sup>13</sup> Interview: De Ruyck, S., Denolf, J., Jolling, P., De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>14</sup> Interview: Denolf, J., Caron, B., Leyder, P., Jolling, P.

<sup>15</sup> Interview: De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>16</sup> Interview: Caron, B., Jolling, P.

<sup>17</sup> Interview: Jolling, P.

<sup>18</sup> Interview: Caron, B., Leyder, P.

globale sector van de cultuurindustrie in al zijn breedte een belangrijke motor zijn voor de economie. Enerzijds is het een boemende sector<sup>19</sup>, er zit een onwaarschijnlijk potentieel in heel die sector,<sup>20</sup> en de culturele industrie is een belangrijke tewerksteller.<sup>21</sup> Anderzijds past het cultuurindustriële beleid perfect in het discours rond creatieve economie. Het komt sterk tegemoet aan de Lissabon doelstellingen. De cultuurindustrie kan op lange termijn namelijk iets betekenen op economisch vlak.<sup>22</sup> Hierbij wordt er vaak verwezen naar een nieuw concurrentiemodel. De creativiteit in onze economie, niet enkel in de culturele industrie, maakt het verschil met lage loon landen. Wij moeten het niet meer halen uit de grote industriële productie, maar vanuit de creativiteit.<sup>23</sup> De creatieve sector heeft bovendien een grotere toegevoegde waarde, omdat innovatie en creativiteit grondstoffen zijn die weinig kosten voor de mate waarin ze gereproduceerd kunnen worden.<sup>24</sup> Er is dan ook het Florida verhaal dat een tijdje opgang gemaakt heeft, maar waar nadien veel kritiek op gekomen is. Desondanks heeft hij wel de meerwaarden van het creëren van een creatieve context aangeduid.<sup>25</sup> Los van Florida was er ook een cultuurindustriële beleid gekomen, maar zijn ideeën hebben wel meegespeeld. Verder vervullen kunst en cultuur een labo functie. Ze kunnen dienen als Research & Development voor de ruimere economie.<sup>26</sup> Ook de hele discussie rond e-cultuur, rond digitalisering van inhoud, rond breedband en hoe die te voeden, past in een discussie over cultuurindustriële beleid. Ten slotte kan de culturele sector een rol spelen in het vormgeven van de technologische omgeving. Kunstenaars, de creatieve klasse in ruime zin, kunnen binnen een puur technologische omgeving ingeschakeld worden om daar nieuwe ideeën binnen te brengen, bijvoorbeeld architecten en designers, die mee dingen helpen vormgeven zoals de I-pod. Bart Caron suggereert dat hier soms een iets te optimistisch verhaal opgehangen wordt, dat gezocht is.

Voor een beschrijving van waar het initiatief kwam en met welke tegenstand CultuurInvest te kampen heeft gehad, wordt verwezen naar de bijlagen. De concrete stappen die ondernomen werden om het instrument uit de grond te stampen, kan u daar ook lezen.<sup>27</sup>

### 3.1.2 Wat is CultuurInvest?

CultuurInvest is een investeringsfonds. Het ondersteunt activiteiten die een marktpotentieel hebben. Er is een waaier aan mogelijkheden om te investeren, maar vertrekkende vanuit een puur economische benadering. De financiering vanuit CultuurInvest gebeurt d.m.v. 3 producten. Een projectfinanciering is een lening op korte termijn. Een achtergestelde lening is een lening op

---

<sup>19</sup> Interview: De Ruyck, S., Caron, B., Jolling, P., De Voldere, I., Maenhout, T

<sup>20</sup> Interview: De Ruyck, S., De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>21</sup> Interview: De Ruyck, S., Jolling, P.

<sup>22</sup> Interview: De Ruyck, S.

<sup>23</sup> Interview: Caron, B., De Voldere, I., Maenhout, T., Leyder, P.

<sup>24</sup> Interview: Jolling, P.

<sup>25</sup> Interview: Denolf, J., Jolling, P., De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>26</sup> Interview: Jolling, P.

<sup>27</sup> Zie bijlage 4: Initiatief, tegenstand en concrete stappen.

langere termijn. Kapitaal is geen lening. Bij een kapitaalparticipatie worden er aandelen gekocht. De lening heeft een interestvoet die vandaag (21/05/'07) 4,62 plus 4% risicopremie bedraagt. Europa legt die 4% risicopremie op, omdat men aan risicokapitaal investeringen doet. In vergelijking met de bank ligt de rente bij CultuurInvest veel hoger. Daar zal het ongeveer 5,62 bedragen. De bank vraagt dan wel om zaken als een huis en auto in pand te geven. Door CultuurInvest worden geen borgens gevraagd, vandaar dat zij een hogere rentevoet moeten en kunnen vragen.<sup>28</sup> Als het mislukt, dan neemt iedereen zijn verlies sportief op en daar blijft het bij. Dat is de essentie van risicokapitaal.<sup>29</sup> Het financieren kan ook gebeuren in combinatie met andere fondsen, die beheerd worden door de PMV, zoals bijvoorbeeld het Vlaamse innovatiefonds. In dat geval heeft CultuurInvest een faciliterende rol. Afhankelijk van de afspraak die er gemaakt is met de ondernemer, kan er geparticipeerd worden in de winsten. In de meeste gevallen zal CultuurInvest enkel maar zo ver gaan dat de lening en interest terugbetaald zijn. CultuurInvest is een rollend fonds, wat betekent dat het fonds kan groeien door het terugverdieneffect. Hierdoor kan je een impact krijgen op de markt die veel groter is dan die van een subsidie.<sup>30</sup>

Aanvragen voor CultuurInvest doorlopen een hele procedure. In bijlage wordt deze uitvoerig beschreven.<sup>31</sup>

CultuurInvest heeft het voornemen om nooit de rol van een bestaande speler, zoals bijvoorbeeld een platenmaatschappij, op zich te nemen. Men streeft in dat geval naar cofinanciering. Dan steken verschillende partijen centen in een pot, waardoor men projecten beter dan ooit kan financieren.<sup>32</sup> Verder speelt CultuurInvest een faciliterende rol als intermediair tussen de culturele sector en het economisch beleid. CultuurInvest moet het economische instrumentarium helpen toegankelijk maken voor de cultuursector. Ten slotte heeft Cultuurinvest de taak om als ambassadeur in verschillende sectoren met de mensen te gaan spreken om hen te inspireren.<sup>33</sup>

CultuurInvest heeft beperkte middelen. Ze plannen het eerste jaar 4 miljoen euro te investeren. In vergelijking met de subsidiemiddelen voor de cultuursector is dit minder dan 1%. Het is bijgevolg niet logisch dat CultuurInvest in de culturele sector gepositioneerd wordt als het alternatief voor subsidies. In dat opzicht zijn de gecreëerde verwachtingen ten opzichte van het instrument te groot. Peter Leyder wijst erop dat CultuurInvest niet overschat mag worden in wat ze kunnen gaan doen. Ten eerste omdat ze veel minder middelen hebben dan het kunstendecreet en ten tweede omdat de investering van de middelen moet gebeuren op basis van een strenge analyse, met het oog op een terugbetaling. Als het budget van CultuurInvest aangroeit, kunnen er grotere risico's genomen worden, maar dan moet men nog altijd erg voorzichtig zijn.<sup>34</sup>

---

<sup>28</sup> Interview: Leyder, P.

<sup>29</sup> Interview: De Ruyck, Caron, B.

<sup>30</sup> Interview: Leyder, P.

<sup>31</sup> Zie bijlage 5: procedure

<sup>32</sup> Interview: Leyder, P.

<sup>33</sup> Interview: Leyder, P.

<sup>34</sup> Interview: Leyder, P., De Voldere, I., Maenhout, T.

De werkingsmiddelen en personeelskosten voor CultuurInvest worden betaald vanuit het ministerie van cultuur. Er is een beheersovereenkomst afgesloten tussen beide partijen. Toch is CultuurInvest een volledig apart verhaal. Het kunstendecreet wordt behouden en er worden in geen geval middelen uit het kunstendecreet verschoven naar CultuurInvest.<sup>35</sup>

Men kan zich afvragen in welke mate die zelfstandigheid opgaat voor CultuurInvest. De verantwoordelijke van CultuurInvest is de raad van bestuur van PMV. Er is geen sturing vanuit het kabinet cultuur, maar het kabinet zou wel een aantal dingen graag gefinancierd zien door CultuurInvest. Dingen die nu eventueel nog op het kunstendecreet zitten. In het al dan niet steunen van een organisatie heeft het kabinet cultuur niets te zeggen. Er is wel sprake van besprekingen op strategisch niveau over welke rol CultuurInvest zou kunnen aannemen en welke de mogelijke doelstellingen kunnen zijn. Het operationele zelf ligt echter volledig in handen van de Participatiemaatschappij Vlaanderen. Het kabinet krijgt wel nog inzicht in de dossiers, er is een transparante communicatie en zij bewaken het beleid van het fonds. Vanuit het kabinet wil men ook subsidieaanvragen doorverwijzen naar CultuurInvest, om enigszins een antwoord te bieden op de massale overbevraging. Er is dus een afstemming voorzien. In dat opzicht wil het kabinet toch enigszins sturend optreden en is het niet enkel de aanvrager die beslist waar zijn aanvraag thuishoort. Ook de steunpunten kunnen op die manier een sturende rol op zich nemen.<sup>36</sup>

Waarom CultuurInvest ontwikkeld werd en niet iets anders, kan u lezen in bijlage.<sup>37</sup>

### 3.1.3 Onderscheid kunstendecreet en CultuurInvest

Het onderscheid lijkt erg eenvoudig. Als er sprake is van marktpotentieel, de mogelijkheid om inkomsten uit de markt te verwerven waardoor de werking gefinancierd kan worden, dan hoort het thuis bij CultuurInvest. Iets wat niet rendabel is, maar wel een maatschappelijke meerwaarde heeft, hoort thuis in het kunstendecreet. Er is geen kwalitatief onderscheid. Marktpotentieel of commerciële cultuur staat niet noodzakelijk gelijk aan populaire cultuur. Voorbeelden zijn Luc Tuymans, Jan Fabre en Wim Delvoye. Dat is hoge kunst en toch commerciële cultuur. Dit wijst er op dat ook het kabinet cultuur gevoelig is aan het vereconomiseren van het discours.<sup>38</sup> Men wil dus gaan naar een herschikking van subsidies naar diegenen die het echt wel nodig hebben. De finaliteit en de weging, dat is het essentiële verschil van de twee instrumenten. Bij CultuurInvest wijzen economische criteria de weg, die staan voorop. Zonder economische haalbaarheid wordt het dossier dicht gedaan. Bij het kunstendecreet gaat het over artistieke kwaliteit. Zonder artistieke kwaliteit wordt het dossier gesloten.<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Interview: Jolling, P., Caron, B., De Ruyck, S.

<sup>36</sup> Interview: Jolling, P., De Ruyck, S., Leyder, P.

<sup>37</sup> Zie bijlage 6: waarom cultuurinvest en niet iets anders?

<sup>38</sup> Interview: Denolf, J.

<sup>39</sup> Interview: Caron, B., Denolf, J.

### 3.1.4 Criteria van CultuurInvest

Eerst en vooral is er het **economisch criterium**, het marktpotentieel dat moet blijken uit het businessplan. Het businessplan wordt kritisch bekeken. De rechtspersoon speelt hierbij geen rol. Verder wordt er een **geografisch criterium** gehanteerd, er moet een terugverdieneffect zijn voor Vlaanderen, en een **ethisch criterium**, het geheel moet zich afspelen in een maatschappelijk aanvaardbare context. Het mag niet over extremen gaan. Er is ook een **kwaliteitscriterium**. Kwaliteit is mede bepalend voor het succes op de markt. Het gaat om kwaliteitscriteria die te maken hebben met de vorm en de discipline, niet met de inhoud. Het moet goed gemaakt zijn. Het draait om benchmarking. Hier worden eventueel experts ingeschakeld om te oordelen, maar die kan je in geen geval vergelijken met commissies. Het marktpotentieel blijft belangrijk en dat kan pas goed uitgespeeld worden als er een sterk product is. Ten slotte is er een **cultureel criterium**. De culturele parameters zijn echter wel bijzonder laag. Ze zijn van secundair belang. Er moet een culturele link zijn. Er wordt geen inhoudelijke appreciatie uitgesproken door CultuurInvest.<sup>40</sup>

### 3.1.5 Combinatie subsidies en CultuurInvest

Een organisatie die structurele subsidies ontvangt, kan in geen geval beroep doen op CultuurInvest. Dat is een pragmatische beslissing. De aanvrager moet een keuze maken en een zuivere positie innemen. Ook om een duidelijke scheiding te behouden tussen de twee instrumenten. Het is nog onduidelijk of een organisatie andere dan structurele subsidies kan combineren met een investeringssteun van CultuurInvest. De overheid zal dit niet enthousiasmeren, maar er wordt wel een opening gelaten naar de toekomst toe.<sup>41</sup>

### 3.1.6 Doelgroep

Alle respondenten geven aan dat er onduidelijkheid is rond definiëring van de culturele industrie en creatieve industrie.

---

<sup>40</sup> Interview: Caron, B., Leyder, P., Denolf, J.

<sup>41</sup> Interview: De Ruyck, S., Denolf, J., Caron, B., Jolling, P., Leyder, P.

### 3.1.6.1 KMO's

De doelgroep zijn KMO's. Hierbij wordt de Europese definitie van KMO's gehanteerd.

**Tabel 1: definitie KMO.**<sup>42</sup>

Groottecategorie	Personeelsbestand	Omzet	Jaarbalans
Micro-onderneming	< 10	< of = 2 miljoen € OF	< of = 2 miljoen €
Kleine onderneming	< 50	< of = 10 miljoen € OF	< of = 10 miljoen €
Middelgrote onderneming	< 250	< of = 50 miljoen € EN	< of = 43 miljoen €

Het team van CultuurInvest stelt vast dat er te veel mensen zich melden, die te weinig of zelfs anti ondernemer zijn. Met die mensen kan een investeringsmaatschappij relatief weinig doen. Men wil ten stelligste vermijden dat de leningen niet worden terugbetaald. De projecten moeten rijp genoeg zijn. De ondernemers moeten er eerst en vooral zelf in geloven dat hun onderneming rendabel kan zijn. Een oplossing hiervoor is een betere communicatie. Hier is een belangrijke taak weggelegd voor de steunpunten. Zij moeten steun en toeverlaat zijn, maar ook de juiste richting wijzen.<sup>43</sup>

### 3.1.6.2 Case popmuziek

Live Nation of Universal en andere majors zijn geen KMO's meer. Onrechtstreeks kunnen deze bedrijven wel betrokken zijn in een vorm van co-financiering, waarbij CultuurInvest dan ook betrokken is. De aanvraag moet in dit geval wel afkomstig zijn van een KMO. CultuurInvest is er bijvoorbeeld om popmuziekfestivals te prefinancieren, deze horen niet thuis op het kunstendecreet.<sup>44</sup> Verder hoopt CultuurInvest een aantal muzikanten of groepen die geen subsidies meer krijgen, omdat ze te commercieel bezig zijn, toch wel een steun te kunnen geven. Het is duidelijk dat men enkele groepen die nu subsidies krijgen liever in CultuurInvest ziet. Ann Pierlé en Zita Swoon zijn twee groepen die volgens Jan Denolf in een opstart naar CultuurInvest zitten. Toch is de inhoudelijke strategie bij CultuurInvest meer gericht op het ondersteunende rond de artiesten zoals management, boekingskantoren, tourbedrijfjes, concertpromotoren, platenmaatschappijen, ...

<sup>42</sup> Bron: [http://ewbl-publicatie.vlaanderen.be/Uploads/KMOdefinitie\\_20050419\\_toelichting.pdf](http://ewbl-publicatie.vlaanderen.be/Uploads/KMOdefinitie_20050419_toelichting.pdf)

<sup>43</sup> Interview: Leyder, P.

<sup>44</sup> Interview: Leyder, P., Denolf, J.

<sup>45</sup> Daar liggen ook de opportuniteiten van CultuurInvest volgens de Vlerick onderzoeksters. Tevens moet er dan een focus op innovatie en professionalisering zijn.<sup>46</sup> Om de popmuziek uit Vlaanderen internationaal te gaan vermarkten kan CultuurInvest helpen. Onder andere door exportplatforms in het buitenland te steunen.

Met betrekking tot de scheiding tussen CultuurInvest en het kunstendecreet is er nog altijd sprake van een grijze zone, twijfelachtige overloopgebieden en randgevallen.<sup>47</sup> In het geval van de popmuziek zijn er enkele randgevallen. Keremos is daar een voorbeeld van. Enerzijds vallen zij binnen het kunstendecreet omdat ze een rol spelen in de ontwikkeling van jong talent. Anderzijds heeft Keremos ook enkele rendabele groepen op zijn portfolio. In dat geval horen ze thuis bij CultuurInvest. Zij moeten weten wat ze willen.<sup>48</sup> Zita Swoon is ook een randgeval. Daar zou men eventueel de mix kunnen maken tussen cultuurindustrie en subsidiebeleid.

Een stand van zaken van het popbeleid en de visie die daar omtrent is, wordt behandeld in bijlage.<sup>49</sup>

---

<sup>45</sup> Interview: Leyder, P., Jolling, P.

<sup>46</sup> Interview: De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>47</sup> Interview: Leyder, P., Caron, B.

<sup>48</sup> Interview: Jolling, P., De Ruyck, S., Caron, B.

<sup>49</sup> Zie bijlage 7: popbeleid.

## 3.2 Vraag (popmuzieksector)

### 3.2.1 Kunst of cultuurindustrie?

Het is interessant om te weten waar de verschillende spelers zichzelf situeren: binnen een commerciële cultuurindustrie of binnen de kunsten.

Het is duidelijk dat je de managementkantoren niet allemaal over één kam mag scheren. Keremos vzw is een managementbureau dat jonge bands die nog niet rendabel zijn kansen geeft. Om die reden ontvangen zij een structurele subsidie in het kader van het kunstendecreet. Ook Rock'ocoo vzw werkt op die manier en krijgt daarvoor subsidie. Ze begeleiden groepen intensief naar een professioneel niveau. Zij kiezen consequent groepen die artistiek interessant zijn, waarbij het commerciële minder een rol speelt. Hun activiteiten hebben een maatschappelijke meerwaarde, maar zijn niet rendabel. Daarom situeren ze zichzelf binnen het kunstendecreet.<sup>50</sup> Daar tegenover heb je een groep van managers en managementbureaus waarbij het de betrachting is om winst te maken, die zichzelf dan ook binnen een commerciële cultuurindustrie situeren. De manager van Sioen en van Absynthe Minded geeft aan dat het beheer van beide groepen een zuiver commerciële activiteit is. Subsidies zouden daar dan ook onjuist zijn. Ook MTC management plaatst zichzelf binnen de cultuurindustrie. Zij willen geld verdienen, samen met artiesten en niet ten koste van artiesten.<sup>51</sup>

Bij de platenmaatschappijen is de situatie enigszins anders. De respondenten in deze categorie situeren zich binnen de cultuurindustrie. Ze hebben allemaal als primair doel winst maken en commercieel succes maximaliseren. Middelen hiertoe zijn onder andere het streven naar kwaliteit in het aanbod en een sterke profilering. Zo kan men een onderscheid maken op basis van de huisstijl en de ingesteldheid. Majors hebben doorgaans een mainstream aanbod, terwijl de independents eerder produceren voor nichemarkten. Het onderscheid tussen major en independents ligt verder in hun structuur. Majors werken internationaler, hebben een loggere structuur en tekenen minder lokale bands. Pias is een independent, maar evolueert in de richting van een major. Hun productie is eerder alternatief, maar daarom niet minder commercieel. News is een kleinere independent met een bedrijfscultuur die zich kenmerkt door een hoog emo-gehalte en idealisme. Zij profileren zich sterk als producent van dance muziek en richten zich met de productie van vinyl op nichemarkten. Ook MTC records is een kleine independent. Alle respondenten geven aan dat er nog altijd kansen worden gegeven aan jonge onbekende bands.<sup>52</sup> Naast de platenfirma's willen ook publishers in de eerste plaats geld verdienen. Toch ondersteunen ze zowel hits als meer risicovol repertoire en spelen ze een rol in het detecteren en ontwikkelen van nieuw talent.<sup>53</sup>

---

<sup>50</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M.

<sup>51</sup> Interview: Torney, B., Declercq, T.

<sup>52</sup> Interview: Torney, B., Huyghe, D., De Beli, N., Deblaere, G.

<sup>53</sup> Interview: Van Handenhove, G., Van Laer, H.

Binnen het livecircuit zijn er verschillende spelers. Live Nation is zowel boeker als concertpromotor en concertorganisator. In wat zij doen, zijn ze de grootste van België en hebben ze de meeste slagkracht. Daarom worden ze soms beticht van monopolievorming. De programmatie gebeurt naar eigen zeggen met visie, waarbij ze proberen van kleine groepen een publiekstrekker te maken voor hun festivals en concerten. Hun streefdoel is winstmaximalisatie, waardoor ze binnen de cultuurindustrie vallen. Rock'o co vzw daarentegen situeert zich binnen de kunsten. Het is een management dat ook de boeking doet van zijn groepen. Desondanks vragen zij geen dubbele commissie, wat in het voordeel van de groep is. Het Clubcircuit, de koepelorganisatie van de muziekclubs in Vlaanderen, situeert muziekclubs binnen de kunsten. Een club is zeker geen zuiver commerciële onderneming. Ze worden structureel gesubsidieerd, maar moeten daarnaast ook een deel van hun middelen zelf genereren. Omwille van de bewuste lage prijzenpolitiek, de eigenzinnige diverse programmatie, waarbij ze speelkansen geven aan jong Belgisch talent, een te klein publieksbereik en te weinig weerklank in de pers is een muziekclub niet rendabel.<sup>54</sup>

Gert Keunen is artiest en muziekdocent. Voor hem is popmuziek kunst. Het heeft dezelfde meerwaarde als andere kunsten. Het verrijkt een mens, het doet nadenken en emoties uiten. Net zoals andere kunsten moet popmuziek dan ook niet per se leefbaar zijn. Het is wel zo dat bij popmuziek commercieel succes meer evident is dan bijvoorbeeld bij theater.<sup>55</sup>

### 3.2.2 Kunstendecreet

Alle respondenten hebben een uitgesproken mening over subsidies. Wat de functie ervan moet zijn en wat de impact ervan is.

De fundamentele rol van subsidies is het ondersteunen van het culturele leven en er met belastinggeld voor zorgen dat bepaalde vormen van cultuur, die niet commercieel vatbaar zijn, toch kunnen overleven. Popgroepen moeten blijven functioneren binnen een marktmechanisme, maar de overheid moet corrigerend optreden.<sup>56</sup> Dat is de heersende opvatting in de muzieksector. Subsidie is zinvol voor groepen die gaan optreden in het buitenland. Deze 'toursupport' heeft geen directe financiële return, dus daar biedt CultuurInvest geen soelaas.<sup>57</sup> De muziekclubs moeten ook op subsidie kunnen blijven rekenen.<sup>58</sup> Over de structurele subsidie voor managementbureaus lopen de meningen uiteen. Voorstanders vinden het een goede manier om toch jonge, talentvolle artistiekelingen een kans te geven. Een overkoepelende structuur als een managementbureau ondersteunen is bovendien goedkoper dan groepen rechtstreeks subsidie geven.<sup>59</sup> Tegenstanders

---

<sup>54</sup> Interview: Quaghebeur, M., Hillaert, T., Steens, M.

<sup>55</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>56</sup> Interview: Torney, B., Keunen, G., Quaghebeur, M.

<sup>57</sup> Interview: Huyghe, D., Torney, B.

<sup>58</sup> Interview: Steens, M., Declercq, T.

<sup>59</sup> Interview: Keunen, G., Quaghebeur, M., Declercq, T.

vinden dat managementbureaus rendabele, zuiver commerciële spelers moeten zijn.<sup>60</sup> Om de tegenstelling nog scherper te stellen: enerzijds leeft de opvatting dat het kunstendecreet moet zorgen voor een kwaliteitsvol aanbod in het popgebeuren<sup>61</sup>, anderzijds is er het geloof dat kwaliteit uit zichzelf komt bovendrijven, omdat er in de muzieksector genoeg intelligente mensen zijn die kwaliteit weten te vinden.<sup>62</sup>

De subsidiëring moet heel wat kritiek verwerken. Er is de eis voor meer responsabilisering in de sector. Nu wordt subsidie nog te veel gratis weggegeven. Men pleit voor een meer economische benadering van subsidies. Subsidies zijn goed om een platform, een springplank te bieden in de ontwikkeling van nieuwe spelers, maar men mag niet tot in den treure blijven subsidiëren.<sup>63</sup> Gert Keunen, langs de andere kant, pleit voor nog meer subsidie voor popmuziek.<sup>64</sup> Een ander punt van kritiek is de onduidelijkheid van de criteria van het kunstendecreet en de waas van geheimzinnigheid die er volgens sommigen rond subsidies hangt.<sup>65</sup> Anderen vinden subsidies dan weer vaak geld versmossen.<sup>66</sup>

De impact van subsidies op het popmuziekgebeuren is volgens de respondenten van allerlei aard. Eerst en vooral is er de algemene opvatting dat het voor een rijker en diverser muzieklandschap zorgt.<sup>67</sup> Daarnaast hebben subsidies ook een economische impact, onder andere in de vorm van een grotere tewerkstelling. Een opmerkelijk onbedoeld effect is dat de subsidie voor groepen ervoor zorgt dat de investering van de platenfirma, in bijvoorbeeld toursupport, of een CD productie, niet meer zo zwaar moet zijn.<sup>68</sup> Het maakt de groepen interessanter om in te investeren. Bovendien resulteert de lagere investering van de platenfirma in een voordeliger platencontract voor de groep. Tegenwoordig maken platenfirma's alles 'recoupable', met subsidies zit je als artiest in een sterkere onderhandelingspositie.<sup>69</sup>

### 3.2.3 CultuurInvest

Op de vraag hoe men CultuurInvest heeft leren kennen, antwoordden de meeste respondenten: via de media, in het bijzonder de kranten, en daarnaast door de infosessies die in groten getale werden bijgewoond.<sup>70</sup> Sommigen vinden dat er maar heel weinig informatie over wordt verstrekt.<sup>71</sup>

---

<sup>60</sup> Interview: Torney, B., De Voldere, I., Maenhout, T.

<sup>61</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>62</sup> Interview: Torney, B.

<sup>63</sup> Interview: Torney, B., Van Handenhove, G., Coninx, S.

<sup>64</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>65</sup> Interview: Van Handenhove, G., Torney, B.

<sup>66</sup> Interview: Hillaert, T.

<sup>67</sup> Interview: De Beli, N., Steens, M.

<sup>68</sup> Interview: Torney, B., De Beli, N., Huyghe, D.

<sup>69</sup> Interview: Hillaert, T.

<sup>70</sup> Interview: Declercq, T., Huyghe, D., Deblaere, G., Torney, B., Steens, M.

<sup>71</sup> Interview: Van Handenhove, G., Deblaere, G.

Vanuit de sector was er vraag naar een instrument als CultuurInvest. In de vorige legislatuur was er een informele informatieronde en uit die bevraging vanuit het kabinet naar mensen uit de muzieksector bleek dat er nood aan was.<sup>72</sup> Logisch gezien is iedereen vragende partij naar alles wat met financiële steun te maken heeft, zeker in het geval van een sector in crisis.<sup>73</sup> Het muziekcentrum was hier enigszins de katalysator. Ze zijn al heel lang aan het wijzen op de verschillende componenten die muziek heeft, naast een artistieke ook een economische, sociale, juridische en educatieve.<sup>74</sup>

Eenzijds zijn er heel wat positieve reacties te noteren op de steunmaatregel. Voor sommigen is het zelfs een gedroomd instrument, super en één van de beste dingen die er ooit zijn geweest.<sup>75</sup> Kortom, de interesse is groot, men is over het algemeen enthousiast en men gelooft ook wel in de mogelijkheden die CultuurInvest kan bieden.<sup>76</sup> Het kan niet slecht zijn om zoveel geld te investeren in de cultuurindustrie.<sup>77</sup> Anderzijds zijn er ook heel wat kritische reacties. Men weet nog niet goed wat het precies is. Er is nog veel onwetendheid. Op papier oogt het heel mooi, maar men wacht nog af wat het in praktijk betekent of men weet nog niet hoe men er mee moet omgaan. Misschien kunnen de eerste projecten wel als katalysator werken.<sup>78</sup> Sommigen vinden het een duur gegeven, of ze zien het niet werken of denken dat er niet veel spelers binnen de muziekwereld geholpen worden omdat je investeren in popmuziek over lange termijn moet zien. Investeringsvertalen zich niet op korte termijn in inkomsten. Men moet meerdere keren investeren in langdurige projecten.<sup>79</sup> Het gevaar zit erin dat het een beetje een verkapte subsidie wordt of men spreekt zelfs van geld verdienen op de rug van cultuur.<sup>80</sup> Vanuit het clubcircuit wordt er met een gezonde achterdocht, met een zekere scepsis naar gekeken, omdat de minister ook duidelijk gesteld heeft dat het een instrument kan zijn voor spelers die uit de boot vallen bij subsidierondes.<sup>81</sup>

Algemeen heerst wel de opvatting dat dit een juist principe is. Het zou onlogisch zijn dat groepen die op het einde van het jaar over hebben, op subsidies blijven teren.<sup>82</sup> Men vindt het gezonder om op basis van commerciële kwaliteiten uit te maken wat men gaat steunen. Dat stimuleert het commercieel denken.<sup>83</sup>

---

<sup>72</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M., Coninx, S.

<sup>73</sup> Interview: Deblaere, G., Torney, B., Coninx, S.

<sup>74</sup> Interview: Coninx, S.

<sup>75</sup> Interview: Declercq, T., Torney, B.

<sup>76</sup> Interview: Huyghe, D., Declercq, T., De Beli, N., Deblaere, G.

<sup>77</sup> Interview: Quaghebeur, M.

<sup>78</sup> Interview: Keunen, G., Deblaere, G., Huyghe, D.

<sup>79</sup> Interview: Hillaert, T., Quaghebeur, M., Van Handenhove, G.

<sup>80</sup> Interview: Van Handenhove, G.

<sup>81</sup> Interview: Steens, M.

<sup>82</sup> Interview: Torney, B., Declercq, T., Allaert, G.

<sup>83</sup> Interview: Van Handenhove, G.

### 3.2.4 Voor wie?

In principe is CultuurInvest voor alle sectoren. Volgende spelers binnen de popmuziek werden gesuggereerd: kleine Belgische platenfirma's<sup>84</sup>, groepen die het subsidiecircuit achter zich gelaten hebben of klaar zijn voor de stap naar het buitenland<sup>85</sup>, commerciële concertorganisatoren<sup>86</sup>, managementkantoren en commerciële clubs vanuit de dance wereld.<sup>87</sup> Gert Keunen verwacht dat CultuurInvest alleen maar dient voor de Kate Ryans.<sup>88</sup>

CultuurInvest is er niet voor commerciële actoren die er vrij zeker van zijn dat hun activiteit winstgevend is. Het zou dom zijn mochten Helmut Lotti, K3 of Vorst Nationaal naar CultuurInvest stappen.<sup>89</sup> Aan de andere kant, het Clubcircuit dat niet rendabel is, heeft er ook geen baat bij.<sup>90</sup> Het Clubcircuit laten ondersteunen door CultuurInvest is geen optie. Billy Torney vindt dat CultuurInvest een voedingsbodem moet creëren waarin talent zich kan ontplooiën. Groepen ondersteunen vindt hij niet opportuun. Hij ziet CultuurInvest eerder voor initiatieven waar de hele muzieksector beter van wordt.<sup>91</sup> Gert Keunen zou het jammer vinden moest men popmuziek voor ¾ uit het kunstendecreet halen en in een CultuurInvest verhaal stoppen.<sup>92</sup>

Geert Allaert is in het algemeen erg positief over CultuurInvest. Desondanks denkt hij dat het in de rock en pop sector weinig effecten gaat hebben, omdat daar meestal met beperktere middelen wordt gewerkt en omdat die sector het volgens hem niet vraagt.

*"Het rockcircuit zie ik niet snel instappen in dat verhaal van CultuurInvest. Die mensen zijn anders. De Schuermansen van deze wereld, die denken anders."*<sup>93</sup>

### 3.2.5 Voor wat?

#### 3.2.5.1 Promotie in het buitenland

Belgische bands hebben twee handicaps als zij willen doorbreken in het buitenland. Ten eerste is onze thuismarkt veel kleiner dan bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk, Duitsland of Frankrijk. Hierdoor hebben Belgische groepen minder middelen om die stap te zetten. In België heb je zelfs

---

<sup>84</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M.

<sup>85</sup> Interview: Declercq, T.

<sup>86</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M.

<sup>87</sup> Interview: Steens, M.

<sup>88</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>89</sup> Interview: Coninx, S., Allaert, G.

<sup>90</sup> Interview: Quaghebeur, M., Declercq, T., Steens, M.

<sup>91</sup> Interview: Torney, B.

<sup>92</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>93</sup> Interview: Allaert, G.

nog twee markten, een Vlaamse en een Waalse, want de markt wordt bepaald door de media.<sup>94</sup> Ten tweede is een band uit België gewoon maar een band uit België.<sup>95</sup> Niemand in Europa zit daar op te wachten. De markt is duidelijk UK en USA gericht. Die bands hebben heel wat strepen voor.

Ondanks deze handicaps beweert men dat er in België enorm veel talent is<sup>96</sup>, waarmee we absoluut naar het buitenland moeten. Er werden dan ook enkele oplossingen gesuggereerd. CultuurInvest zou bijvoorbeeld middelen kunnen toevoegen aan het budget van de platenfirma en/of de groep om de stap naar het buitenland te zetten.<sup>97</sup> Of er kan een soort van beukpolitiek gevoerd worden, door te investeren in het buitenland in de hoop dat er openingen gecreëerd worden die een spoor achterlaten of een soort van aanzuigeffect creëren.<sup>98</sup> Bij Deus was dat effect er lichtjes. Een andere optie is via CultuurInvest een aparte BVBA oprichten die met een commerciële instelling beheerd wordt en vanuit een goed uitgebouwd internationaal netwerk probeert groepen naar het buitenland te krijgen.<sup>99</sup> Vanuit een non-profit instelling kan er naar buitenlands voorbeeld een exportbureau opgericht worden, met sterke antennes op de wereld en goede lobbyisten, al dan niet in samenwerking met het FIT.<sup>100</sup> Een andere suggestie was het investeren via CultuurInvest in tourmanagement, waardoor exclusief Belgische groepen op een goedkopere manier kunnen toeren.<sup>101</sup> Tenslotte kan men ook het buitenlands verhaal vanuit het buitenland laten vertrekken, zoals bijvoorbeeld Goose, die een Engels platenlabel gevonden hebben. In laatste instantie kan men het overwegen om te verhuizen naar het buitenland en daar de carrière van nul op te bouwen.<sup>102</sup>

Bij deze oplossingen stellen zich enkele problemen. Op de ondersteuning van een internationale tour via CultuurInvest is er veel kritiek. Het is gevaarlijk spel, want toeren is niet rendabel. Je gaat altijd een tekort hebben en daarom is CultuurInvest geen goed systeem voor toursupport.<sup>103</sup> Billy Torney schat de directe financiële return gemiddeld slechts op 10%.<sup>104</sup> Op lange termijn kan er wel een return zijn, maar men kan toch geen tien jaar gaan afbetalen aan CultuurInvest, aangezien een groep meestal maar een korte levensduur heeft.<sup>105</sup> Een tweede probleem dat zich stelt, is de vraag welke groepen naar het buitenland mogen. Diegene die het meest opvallen in het buitenland? Die het best verkopen in België? Hier mag democratie niet gelden. Het talent moet eruit gepikt worden, desnoods ten koste van anderen.<sup>106</sup>

---

<sup>94</sup> Interview: Declercq, T., Huyghe, D., Hillaert, T., Coninx, S.

<sup>95</sup> Interview: Declercq, T., Hillaert, T.

<sup>96</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M., Keunen, G., Hillaert, T., De Voldere, I., Maenhout T.

<sup>97</sup> Interview: Declercq, T., Steens, M., Coninx, S.

<sup>98</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M.

<sup>99</sup> Interview: Huyghe, D.

<sup>100</sup> Interview: Hillaert, T., Quaghebeur, M.

<sup>101</sup> Interview: Torney, B.

<sup>102</sup> Interview: Hillaert, T.

<sup>103</sup> Interview: Huyghe, D., Torney, B.

<sup>104</sup> Interview: Torney, B.

<sup>105</sup> Interview: Quaghebeur, M.

<sup>106</sup> Interview: Quaghebeur, M., Hillaert, T.

### 3.2.5.2 Iets anders

Andere suggesties waarbij CultuurInvest eventueel een optie kan zijn is een CD productie, de exploitatie van de muziefilm van Soulwax, de uitbouw van een managementbureau met vernieuwende ideeën, de opstart van een platenfirma, de oprichting en werking van een BVBA die kwaliteitsvolle, maar betaalbare videoclipps produceert, de ontwikkeling van een nieuw keyboard, de bouw van een studio, de organisatie van een showcasefestival, de ontwikkeling van een technologie om platenverkoop opnieuw rendabel te maken langs digitale weg, enzovoort.<sup>107</sup>

### 3.2.6 Verhouding kunstendecreet – CultuurInvest

CultuurInvest maakt deel uit van het globale cultuurbeleid, en is dus onlosmakelijk verbonden met subsidies. Het wordt zelfs gezien als een aanvulling of een alternatief voor subsidies.<sup>108</sup> Groepen die starten met behulp van subsidies, maar daarna rendabel zijn, moeten uit het kunstendecreet en eventueel naar CultuurInvest.<sup>109</sup> De twee instrumenten moeten echter wel strikt gescheiden zijn, want als ze in mekaar overvloeien, krijg je problemen. Er is sowieso al sprake van een grijze zone.<sup>110</sup> Spelers die zich in die grijze zone bevinden, gaan ofwel dubbel profiteren ofwel twee keer uit de boot vallen. Maarten Quaghebeur spreekt van een kloof tussen de twee instrumenten, waarbij de stap uit het kunstendecreet naar CultuurInvest groot is.<sup>111</sup>

### 3.2.7 Hoe evolueert de sector?

De CD verkoop daalt drastisch. Dit heeft diverse gevolgen.<sup>112</sup> De winstmarges van de platenfirma zijn veel kleiner geworden, muziekcontent wordt de key en niet meer de drager. De artiesten krijgen minder kansen, de artiesten vragen hogere gages bij live optredens, de ticketprijzen stijgen, de platenfirma's proberen meer diverse inkomsten te verwerven en er ontstaan nieuwe businessmodellen. CD's worden een nichemarkt zoals vinyl, daarnaast zijn er nieuwe opportuniteiten voor distributie, promo en verkoop via internet en gsm's, de waarde van muziek is zwaar naar beneden gehaald. Ondanks dit alles is muziek op zich wel nog sexy. Er is nog nooit zoveel muziek beleefd als vandaag, wat zich uit in het boomende live circuit. Geld wordt verdiend door het live gebeuren en de opbrengst van rechten, waarvan de verdeling nu veel exacter gebeurt dan vroeger. Tenslotte is er meer professionalisering, meer specialisatie, meer profilering en meer nichevorming in de muzieksector ten opzichte van vroeger.

---

<sup>107</sup> Interview: Declercq, T., Huyghe, D., Torney, B., Coninx, S., Steens, M.

<sup>108</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>109</sup> Interview: Declercq, T.

<sup>110</sup> Interview: Keunen, G.

<sup>111</sup> Interview: Quaghebeur, M.

<sup>112</sup> Interview: Torney, B., Hillaert, T., Van Handenhove, G., Deblaere, G., Steens, M.

Een beleid moet inspelen op deze evoluties. Het verlanglijstje aan beleidsmaatregelen van de sector is dan ook groot.<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup> Zie bijlage 8: verlanglijstje van beleidsmaatregelen.

## 4. Conclusie

### 4.1 De vragen beantwoord.

#### 4.1.1 Wat zijn de doelstellingen van het kunstenbeleid? Case popmuziek?

We kunnen stellen dat de houding van de overheid tegenover popmuziek doorheen de 20<sup>e</sup> eeuw grondig veranderd is. Vanuit een eerder negatieve perceptie is door de jaren heen het besef gegroeid dat popmuziek ook kan bijdragen aan de doelstellingen van het kunsten- en cultuurbeleid. De popmuziek werd beleidswaardig geacht en de doelstellingen is men specifiek gaan vastleggen in decreten aan de hand van criteria. Voor popmuziek was in Vlaanderen vroeger het muziekdecreet van belang. Dit is nu vervangen door het kunstendecreet. De voornaamste doelstellingen zijn het bekomen van een rijk, divers en kwaliteitsvol aanbod. Ook aan de vraagzijde worden er eisen gesteld, zoals een brede publieksparticipatie. Verder moet elke ondersteuningsaanvraag voorzien zijn van een gedegen financiële onderbouw. De minister geeft ook aan werk te willen maken van een actievere ondersteuning voor artiesten die een internationale carrière willen uitbouwen. De subsidieaanvragen voor popmuziek zijn de afgelopen legislaturen fors gestegen. De budgetten zijn ook fors verhoogd, maar hier lijkt een einde aan te komen. De overheid tracht in de eerste plaats marktcorrigerend op te treden in functie van bovengenoemde doelen en tot nu toe heeft het popbeleid voornamelijk voorwaardescheppende structuren uitgebouwd.

Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat het kunstendecreet als doel heeft niet-rendabele initiatieven met een maatschappelijke meerwaarde, te steunen. Men wil gaan naar een herschikking van de subsidies in functie van diegenen die het echt wel nodig hebben. Artistieke kwaliteit is belangrijk in het kunstendecreet. Daarvan zal afhangen of men al dan niet subsidie krijgt.

#### 4.1.2 Waarom nu ook cultuurindustriële beleid? Case popmuziek.

Het Vlaamse cultuurbeleid stond lange tijd niet open voor commerciële initiatieven. Vanaf de jaren '80 kwam hier onder invloed van een neo-liberale overheid verandering in. Culturele industrieën zorgen voor de productie en het vermarkten van culturele 'content'. Door een toenemende expansie en een toenemend belang kon de overheid deze sector niet meer blijven negeren, te meer omdat ze bijdragen aan de realisatie van culturele doelstellingen. Bovendien leek er voor de culturele industrie, of liever creatieve industrie, een belangrijke rol weggelegd in de gehele Vlaamse 'creatieve economie'. Dit alles leidde ertoe dat de overheid de culturele industrie erkende en er een ondersteuningsinstrument voor ontwikkelde, genaamd CultuurInvest.

In dit onderzoek werd de vraag naar het waarom van een cultuurindustriële beleid ook in de praktijk getoetst. Hier worden de motivaties nog eens bondig opgesomd:

- Het was een lacune in het beleid.
- Er was nood aan een nieuw instrument om de druk op het kunstendecreet te verkleinen.
- In het buitenland was er al veel aandacht voor de culturele industrie, Vlaanderen is gevolgd.
- De noden van de culturele industrie werden onderkend.
- De sector draagt bij tot de doelstellingen van het cultuurbeleid.
- De culturele industrie genereert een enorme economische meerwaarde.

Het tweede argument wekte al de alertheid van de gesubsidieerde sector. Het kabinet maakt er dan ook geen geheim van dat het bijvoorbeeld met betrekking tot popmuziek enkele groepen die nu subsidies krijgen liever in een CultuurInvest verhaal ziet.

#### 4.1.3. Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het kunstenbeleid? Case popmuziek.

Niemand van de respondenten is in se tegen subsidies. Wel gaan er verschillende stemmen op voor een andere invulling van het subsidiebeleid. Men mag popgroepen in geen geval onttrekken aan het marktmechanisme. De sector pleit voor duidelijkere criteria en een meer economische benadering van subsidies. Nu wordt er nog te veel geld verkwist door de overheid. Een exportbeleid is broodnodig en de muziekclubs moeten zeker op hun subsidie kunnen blijven rekenen.

#### 4. 1.4 Wat zijn de verwachtingen vanuit de popsector van het cultuurindustriële beleid? Case popmuziek.

De resultaten van het onderzoek, geven aan dat de verwachtingen erg uiteenlopend zijn. De ene verwacht meer diversiteit, de andere meer van hetzelfde. De ene verwacht veel van CultuurInvest, de andere verwacht dat de effecten minimaal gaan zijn. Wel heeft dit onderzoek aangetoond dat er nog veel onwetendheid is over de toekomst van CultuurInvest. De interesse is groot, maar in vele gevallen weet men helemaal nog niet wat men moet verwachten. Er worden wel opportuniteiten gezien, maar de meesten kijken nog de kat uit de boom en wachten af wat de eerste projecten gaan geven. De verwachting dat de sector economisch slagvaardiger gaat worden, is wel aanwezig. Er zal meer geïnvesteerd worden in de popmuzieksector en daar is niemand ontevreden mee.

## 4.2 Opportuniteiten kunstendecreet vs. CultuurInvest?

### 4.2.1 Geen grote veranderingen op korte termijn.

CultuurInvest gaat op het eerste gezicht geen grote veranderingen met zich meebrengen. De spelers die nu op het kunstendecreet zitten, zoals enkele managementbureaus en de muziekclubs, willen daar absoluut op blijven. Zij zien voor hun eigen organisatie geen opportuniteiten in CultuurInvest. De niet-gesubsidieerde spelers die geïnterviewd werden, vragen geen of minimale steun vanuit het kunstendecreet, maar zijn veeleer vragende partij voor fiscale maatregelen en een duurzaam exportbeleid. CultuurInvest biedt op het vlak van export zeker geen afdoende oplossing. Als men wil dat de sector blijft groeien, dan moet de overheid daar zeker nog op inzetten. De overheid moet meer nog dan nu het geval is, gesprekken voeren met de sector over hoe men dit probleem het best kan aanpakken.

### 4.2.2 Niet helemaal complementair.

Het kunstendecreet en CultuurInvest zijn in die zin complementair dat niet-rendabele organisaties thuis horen in het kunstendecreet en rendabele bij CultuurInvest. De Vlaamse situatie toont aan dat het niet zo eenvoudig is als het lijkt. Er zijn heel wat randgevallen. Groepen die verwacht worden rendabel te zijn, maar dit toch niet zijn, door de kleinschaligheid van Vlaanderen en de moeilijkheden om een winstgevende carrière in het buitenland uit te bouwen. Het kunstendecreet kan in die zin als niet-complementair beschouwd worden, omdat er sprake is van een kloof. Voor sommige groepen is de stap uit het kunstendecreet naar CultuurInvest nog te groot.

### 4.2.3 Men moet mekaar nog wat vinden.

CultuurInvest vindt men een gezond principe, maar de sector verwacht wel dat CultuurInvest risico's durft nemen en dus geen al te hoge eisen gaat stellen. Het team van CultuurInvest van zijn kant, geeft aan dat zij op zoek zijn naar culturele ondernemers, met waterdichte businessplannen. De projecten moeten toch een vrij grote kans op slagen hebben om de terugbetaling van de lening enigszins te verzekeren. Zij willen niet dat 'anti-ondernemers' bij hen komen aankloppen, met het idee dat het fonds een vorm van 'verkapte subsidie' verleent. De twee partijen moeten mekaar nog wat vinden.

### 4.2.4 Samen zoeken naar duurzame structuren, die een fundamentele ondersteuning betekenen voor heel de sector.

In de popmuzieksector zijn de risico's groot, dus is men vragende partij naar alles wat een steun kan zijn. Alleen wordt het de eerste jaren waarschijnlijk nog wat zoeken naar de optimale formules om de sector een significante steun te kunnen geven. Zo bijvoorbeeld voor de steun van groepen die naar het buitenland willen. Er is enorm veel kritiek op het verstrekken van 'toursupport' via

CultuurInvest. In plaats van groepen individueel een budget te geven om mee naar het buitenland te trekken, kan men misschien beter investeren in en nadenken over nieuwe structuren, die ten dienste staan van heel de sector. CultuurInvest kan hier stimulerend werken.

#### 4.2.5. Op weg naar een betere samenwerking.

De muzieksector is een enorm complex gegeven, het is een groot netwerk van spelers met uiteenlopende belangen. Om die belangen allemaal op één lijn te krijgen, moet men samenwerken en moet er meer overleg, communicatie en openheid zijn tussen de verschillende schakels in de keten. Het muziekcentrum heeft hier een belangrijke rol te vervullen. Ze doen dit nu al, maar zij moeten misschien nog meer middelen krijgen om deze taak naar behoren uit te voeren.

#### 4.2.6 Investeren in innovatie

De muzieksector evolueert enorm snel. De opmerkelijkste evolutie is de sterk gedaalde CD verkoop, gecompenseerd door het sterk boomende live circuit. Daarnaast kan men niet naast de digitalisering en de opkomst van het internet kijken. Het gevolg is dat nieuwe businessmodellen en nieuwe exploitatievormen ontwikkeld worden. Hier ligt de grootste opportuniteit voor CultuurInvest. Verschillende spelers, waaronder CultuurInvest, moeten meegaan in innovatieve projecten om zo, via co-financiering, de risico's te spreiden.

#### 4.2.7 Slotconclusie

Als er veel gesproken wordt met mekaar en als de professionalisering zich doorzet in de sector, dan kan CultuurInvest waarschijnlijk een wezenlijke inbreng hebben. Op dit moment is de muzieksector in Vlaanderen echter nog niet geheel afgestemd op een cultuurindustriële beleid. Maar wat niet is, kan en zal (hopelijk) nog komen.

## 5. Bibliografie

### 5.1 Wetenschappelijke artikels en boeken

Abbing, H. (1992). Externe effecten van kunst. In Diels, D. (Red.), *Schoonheid, smaak en welbehagen* (pp. 171 – 212). Antwerpen: Dedalus.

Abbing, H. (1993). *Een economie van de kunsten. Beschouwingen over kunst en kunstenbeleid*. Groningen: Historische Uitgeverij.

Adorno, T. W. ([1938] 2004). On the fetish-character in music and the regression of listening. In Frith, S. (Ed. ), *Popular Music* (pp. 325 – 349). London: Routledge.

Amerynckx, K. (1999). Het overheidsbeleid ten aanzien van populaire muziek. In De Meyer, G. & Roe, K. (Eds.), *Het zijn maar liedjes. Handboek populaire muziekstudies*. Antwerpen: Garant.

Baarde, B., de Goede, M., Teunissen, J. (2005). Basisboek kwalitatief onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek. Groningen: Stenfert Kroese.

Baumol, W. J. & Bowen, W. G. (1966). *Performing arts: the economic dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.

Bevers, T. (1992). De georganiseerde cultuur. In Diels, D. (Red.), *Schoonheid, smaak en welbehagen* (pp. 73 – 97). Antwerpen: Dedalus.

Bourdieu, P. ([1979] 1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Blokland, H. (1997). *Publiek gezocht. Essays over cultuur, markt en politiek*. Amsterdam: Boom.

Caves, R. E. (2000). *Creative industries. Contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard university press.

De Brabander, G. & Overbergh, A. (2005). *Culturele Investeringsfondsen in Catalonië en Québec, en hun relevantie voor Vlaanderen. Een verkennend onderzoek*. Eindrapport van een studie in opdracht van de Vlaamse Gemeenschap.

De Grauwe, P. (1990). *De Nachtwacht in het donker. Over kunst en economie*. Tiel: Lannoo.

De Meyer, G. (2003). *Manifest van een cultuurpopulist: over de media, het middenveld en de cultuur van het volk*. Leuven: Acco.

- De Meyer, G. & Trappeniers, A. (2003). *Lexicon van de muziekindustrie*. Leuven: Acco.
- De Nijs, P. (2006). Identiteit is ambitie. *Marketing en management nieuws voor cultuur en vrijetijd*, 8 (6-7), 6-7.
- De Pauw, W. (2005). *Minister Dixit. Een geschiedenis van het Vlaamse cultuurbeleid*. Antwerpen: Garant.
- De Voldere, I. & Maenhout, T. (2007). *3 sectoren in de Vlaamse creatieve Industrie*. Vlerick Leuven Gent Management School – Flanders District of Creativity Kenniscentrum.
- Florida, R. (2002). *The Rise of The Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Galloway, S. & Dunlop, S. (2007). A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy. *The international journal of cultural policy*, 1 (31), 17-31.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication*. London: Sage.
- Gielen, P. (2001). *Esthetica voor beslissers. Aanzet tot een debat over een reflexief cultuurbeleid*. Tielt: Lannoo.
- Girard, A. (1982). Cultural Industries. A handicap or a new opportunity for cultural development? In *Cultural Industries: a challenge for the Future of Culture* (pp. 22 – 40). Parijs: UNESCO.
- Hartley, J. (Ed.) (2006). *Creative Industries*. Oxford: Blackwell.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Hesmondhalgh, D. & Pratt, A.C. (2005). Cultural Industries and Cultural Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 1 (11), 1-13.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. ([1944] 2002). The Culture Industry: Enlightenment as mass deception. In Spillman, L. (Ed.), *Cultural Sociology* (pp. 39 – 46). Oxford: Blackwell.
- Janssen, S. (2005). Vervagende grenzen. De classificatie van cultuur in een open samenleving. *Boekmancahier*, 17 (65), 6–20.
- Jongenelen, S. (2007). De subsidie voor cultuur: hoe lang nog? Wereldhandelsorganisatie bemoeit zich met kunst & cultuur. *Boekmancahier*, 19 (70), 46-51.

- Keunen, G. (1998). Naar een beleid van subculturen. In Vandeput, B. & De Meyer, G., *De ondersteuning van populaire muziek door de overheid* (bijlage). Leuven: onuitgegeven onderzoeksrapport in opdracht van de Vlaamse minister van Cultuur, Gezin en Welzijn, de heer Luc Martens.
- Laermans, R. (2001). *Het Vlaams cultureel regiem*. Leuven: onuitgegeven onderzoeksrapport in opdracht van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Administratie Cultuur.
- Maenhout, T., De Voldere I., Onkelinx, J., Sleuwaegen, L. (2006). *Creatieve industrie in Vlaanderen*. Vlerick Leuven Gent Management School – Flanders District of Creativity Kenniscentrum.
- Martens, L. (1998). Toespraak van Luc Martens. In Vandeput, B. & De Meyer, G., *De ondersteuning van populaire muziek door de overheid* (bijlage). Leuven: onuitgegeven onderzoeksrapport in opdracht van de Vlaamse minister van Cultuur, Gezin en Welzijn, de heer Luc Martens.
- Mc Quail, D. (2000). *Mc Quail's mass communication theory*. London: Sage.
- Mommaas, H. (2006). Creatieve klasse, creatieve industrie en creatieve stad: Passing ships in the night. *Marketing en management nieuws voor cultuur en vrijetijd*, 8 (6-7), 5.
- Negus, K. & Pickering M. (2004). *Creativity, communication and Cultural Value*. London: Sage.
- Peterson, R.A. & Kern, R.M (1996). Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American sociological review* (61), 900-907.
- Pratt, A.C. (2005). Cultural Industries and public policy. An Oxymoron? *International Journal of Cultural Policy*, 1 (11), 31-44.
- Raes, K. (1992). De herregulering van het cultuurpolitieke veld. In Diels, D. (Red.), *Schoonheid, smaak en welbehagen* (pp. 98 – 137). Antwerpen: Dedalus.
- Roels, R. (1992). De betekenis van cultuur. In Diels, D. (Red.), *Schoonheid, smaak en welbehagen* (pp. 138 – 170). Antwerpen: Dedalus.
- Rutten, P. (2000). De toekomst van de verbeeldingsmachine. De culturele industrie in de eenentwintigste eeuw. *Boekmancahier*, 12 (43), 7-25.
- Rutten, P. (1993). Popular music policy: a contested area – the Dutch experience. In Bennet, T., Frith, S., Grossberg, L. (Eds.), *Rock and popular music: politics, policies, institutions* (pp. 37 – 51). London: Routledge.

Segers, K. & Huijgh, E. (2006a). *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*. Working Paper Re-Creatief Vlaanderen.

Segers, K. & Moons, A. (2006b). Culturele sector: 'Risky Business'. *Boekmancahier*, 18 (68), 52-58.

Segers, K. & Huijgh, E. (2003). Muziek uit Vlaanderen en globalisme. Politieke economie van de Vlaamse muziekindustrie. In Leman, M. (Red.), *Onder Hoogspanning. Muziekcultuur in de hedendaagse samenleving* (pp. 181 – 198). Brussel: VUBPRESS.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: University Press.

van den Berg, H.O. (1998). Subsidie voor popmuziek, of is er nog wel plaats in de herberg? Lezing Ancienne Belgique 14 maart 1998. In Vandeput, B. & De Meyer, G. (1998), *De ondersteuning van populaire muziek door de overheid* (bijlage). Leuven: onuitgegeven onderzoeksrapport in opdracht van de Vlaamse minister van Cultuur, Gezin en Welzijn, de heer Luc Martens.

van Puffelen, F. (2000). *Culturele economie in de lage landen. De bijdrage van Nederlandse en Vlaamse economen aan kunstenbeleid en kunstmanagement*. Amsterdam: Boekmanstudies.

Willemarck, L. (2003). Adorno's muzieksociologie – een kritische waardering. In Leman, M. (Red.), *Onder Hoogspanning. Muziekcultuur in de hedendaagse samenleving* (pp. 45 – 66). Brussel: VUBPRESS.

## 5.2 Beleidsdocumenten

*Analyse van de subsidies in het kader van het Muziekdecreet*. (2005). Administratie Cultuur, afdeling Muziek, Letteren en Podiumkunsten. Online beschikbaar op:  
<http://www.wvc.vlaanderen.be/muziek/analysemuziekdecreet.htm>

Anciaux, B. (2007). *Beleidsbrief Cultuur 2007*. Online beschikbaar op:  
[http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/beleidsnotas\\_brieven/beleidsbrief2007\\_cultuur.pdf](http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/beleidsnotas_brieven/beleidsbrief2007_cultuur.pdf)

Anciaux, B. (2004). *Beleidsnota Cultuur 2004-2009*. Online beschikbaar op:  
[http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/beleidsnota\\_cultuur\\_2004-2009.pdf](http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/beleidsnota_cultuur_2004-2009.pdf)

Martens, L. (1998). *Beleidsbrief Cultuur. Beleidsprioriteiten 1998*. Online beschikbaar op:  
<http://jsp.vlaamsparlement.be/docs/stukken/1997-1998/g802-1.pdf>

*Decreet houdende de subsidiëring van kunstorganisaties, kunstenaars, organisaties voor*

*kunsteducatie en organisaties voor sociaal-artistische werking, internationale initiatieven, publicaties en steunpunten – kortweg het kunstendecreet.* (2 april 2004). Online beschikbaar op:  
<http://www.cjasm.vlaanderen.be/cultuur/kunsten/kunstendecreet/wetgeving/index.html>

*Naar een geïntegreerd en transparant kunstenbeleid - discussienota 2002.* (2002). Administratie Cultuur. Online beschikbaar op:  
[http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/cultuurdebat/kunstendecreet/discussienota\\_kunstendecreet.pdf](http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/cultuurdebat/kunstendecreet/discussienota_kunstendecreet.pdf)

*Persmedeling CultuurInvest.* Vlaamse regering. Online beschikbaar op:  
[http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/cultuurindustrie/cultuurinvest\\_persmededeling31032006.pdf](http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/cultuurindustrie/cultuurinvest_persmededeling31032006.pdf)

*Regeerakkoord 2004: vertrouwen geven, verantwoordelijkheid nemen.* Vlaamse regering. Online beschikbaar op:  
<http://www2.vlaanderen.be/ned/sites/regeerakkoord/vlaamsregeerakkoord2004.pdf>

Van Der Hert en Jolling (2005). *Visietekst cultuurindustrie van 1/2/2005.* Administratie Cultuur. Online beschikbaar op:  
[http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/cultuurindustrie\\_visietekst01022005.pdf](http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/cultuurindustrie_visietekst01022005.pdf)

### 5.3 Websites

<http://www.wvc.vlaanderen.be/muziek/>  
(alles over het Vlaams cultuurbeleid ten aanzien van muziek, reglementeringen, subsidieverdeling,...)

<http://portal.unesco.org/culture/>  
(heldere definiëring van cultural industries.)

### 5.4 Krantenartikels

Eetezonne, W. (2006, 1 april). De druk op de cultuursubsidie is te groot geworden. Minister Bert Anciaux over zijn nieuwe culturele investeringsfonds. *Gazet van Antwerpen*.

Sels, G. (2006, 1 april). Een hefboom voor cultuur. Met het investeringsfonds CultuurInvest slaat de Vlaamse overheid eindelijk een brug tussen de culturele en de economische wereld. *De Standaard*.

T'jonck, P. (2006, 1 april). Cultuurinvest lokt financiële wereld. Ministers Anciaux en Moerman lanceren cultureel investeringsfonds. *De Tijd*.

Vanwoensel, S. (2006, 1 april). Bert Anciaux lanceert 'culturele economie'. CultuurInvest wil beschikbare fondsen bijna verdubbelen. *Gazet van Antwerpen*.

## 6. Bijlagen

### Bijlage 1: Doelstellingen en criteria van het kunstendecreet.

#### Doelstellingen

In een discussienota 2002 kan men lezen dat het de doelstelling is van het kunstendecreet om te komen tot een rijk artistiek landschap, niet enkel in Vlaams, maar vooral ook in een internationaal perspectief. Dit wordt verder gespecificeerd in een aantal doelstellingen:

- een uniform kunstenbeleid bekomen, en een gelijkwaardige, flexibele, transparante en systematische aanpak voor alle kunstvormen ontwikkelen.
- dynamisch inspelen op artistieke ontwikkelingen.
- enkele wezenlijke functies van het culturele gebeuren zichtbaar maken en ondersteunen, met name creatie, bewaring, presentatie, ontplooiing, individuele competentie en gemeenschapsvorming.
- verschillende praktijken en organisatiemodellen steunen, zoals de individuele kunstenaar, productiekernen, ontwikkelingscentra, research ...etc.
- een actieve publieksparticipatie bevorderen met het publiek als onderdeel van het creatieve proces
- internationale oriëntatie en samenwerking bevorderen
- netwerking tussen de verschillende kunstdisciplines bevorderen
- coherente beleidsvoering en afstemming van adviserings- en subsidiëringssystemen
- de decretale massa verminderen met oog op harmonisering en vereenvoudiging.

#### Criteria

Bij een structurele subsidie voor een muziekvereniging zijn de categorieën: muziekensembles, concertorganisatoren, muziekclubs, festivals en kunstencentra/werkplaatsen (managementbureau's). Deze laatste categorie verschilt met het voormalige muziekdecreet.

Criteria bepaald in het kunstendecreet waaraan een organisatie in een structurele subsidieaanvraag moet voldoen zijn:

- profilering en positionering
- langetermijnvisie
- kwaliteit van het inhoudelijke concept en concrete uitwerking
- samenwerking en netwerking in het binnen-en/of het buitenland
- haalbaarheid
- publieksgerichtheid
- een gedegen financiële onderbouw van de werking

De overheid kan in het kader van beleidsprioriteiten aanvullende criteria bepalen. Op 20 oktober 2006 heeft de Vlaamse regering nog enkele aanvullende criteria goedgekeurd, waarmee vanaf 2008 rekening wordt gehouden. Deze zijn:

- realisme van het voorgestelde groeipad en conformiteit tussen het artistieke en het financiële beleidsplan
- meerwaarde van het initiatief voor de regio op het vlak van het aanbod of op het vlak van facilitering voor andere regionale initiatieven
- maatschappelijk of sociaal belang, waarbij prioriteit wordt gegeven aan initiatieven die een specifieke doelgroep bedienen of een zeer specifieke invulling geven aan hun opdracht
- samenwerking met artistieke en niet-artistieke actoren met het oog op een optimaal gebruik van de werkingsmiddelen en beschikbare infrastructuur en met het oog op een maximale besteding van de middelen voor artistieke creatie en een beperking van de overheadkosten
- aandacht voor diversiteit en interculturaliteit
- de plaats van het initiatief binnen het volledige instrumentarium aan ondersteuning en subsidiëring van de Vlaamse Gemeenschap, waarbij een initiatief dat niet thuishoort binnen het Kunstendecreet kan worden doorverwezen naar de ondersteuningsmogelijkheden CultuurInvest en de Fondsen van de Vlaamse Gemeenschap.

De criteria voor projecten zijn:

- kwaliteit van inhoudelijk concept en concrete uitwerking
- bovenlokale dimensie
- samenwerking en netwerking met artistieke en niet-artistieke actoren in het binnen- en /of buitenland
- haalbaarheid
- gedegen zakelijk beheer en financiële onderbouw.

De criteria voor internationale initiatieven zijn:

- de kwaliteit van het artistieke en/of inhoudelijke concept
- de artistieke uitstraling in binnen- en buitenland
- de internationale uitstraling van de buitenlandse partners
- de internationale uitstraling van de buitenlandse indieners
- gedegen financiële onderbouw

Men kan stellen dat de criteria voor opnameprojecten, uitgevers van niet-periodieke publicaties, kunsteducatieve en sociaal-artistieke projecten en kunsteducatieve organisaties in dezelfde lijn liggen.

Bij een advisering wordt door de beoordelingscommissies en de administratie rekening gehouden met deze criteria. Er gebeurt een kwalitatief inhoudelijke beoordeling van de aanvragen door de

beoordelingscommissie. De administratie stelt een advies op inzake de financiële en beheersmatige aspecten en beheert tevens de dossiers.

## Bijlage 2: Strategieën van de culturele industrieën om hoge risico's te counteren

- Zorgen voor een verscheiden en veelvuldige productie in de hoop dat er 'hits' zijn die het verlies op de andere producten goed maken (Hesmondhalgh, 2002).
- Concentratie en integratie, zowel horizontaal, het opkopen van andere bedrijven in dezelfde sector, als verticaal, het opkopen van bedrijven die actief zijn op verscheidene niveaus in het productie- en circulatieproces (Hesmondhalgh, 2002).
- Multisectorale concentratie, met oog op 'cross-promotion'. Producten promoten door verschillende kanalen (Hesmondhalgh, 2002).
- Zogenaamde 'gatekeepers' (dj's, critici, concertprogrammatoren,...) co-opteren, hen gunstig stellen, geschenken geven, uitnodigen op feestjes enzovoorts (Hesmondhalgh, 2002).
- 'Formatting', bijvoorbeeld door het gebruik van genres of het associëren van een ster met een bepaalde productie (Hesmondhalgh, 2002).

### Bijlage 3: Categorieën van respondenten.

1. Beleidsmakers (aanbieder):
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bart Caron (voormalig kabinetchef, Vlaams parlementslid)</li><li>• Jan Denolf (adjunct kabinetchef)</li><li>• Stefaan De Ruyck (voormalig kabinetchef)</li><li>• Peter Jolling (administratie Cultuur)</li><li>• Peter Leyder (fondsmanager CultuurInvest)</li></ul>
2. De popsector (afnemer):
<ul style="list-style-type: none"><li>• Management:<ul style="list-style-type: none"><li>- Keremos (Tom Declercq)</li><li>- Rock o' co en Mmaf (Maarten Quaghebeur)</li><li>- MTC (Billy Torney)</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Opnameindustrie:<ul style="list-style-type: none"><li>- Pias (Dis Huyghe)</li><li>- News en Impala (Geert Deblaere)</li><li>- MTC (Billy Torney)</li><li>- Ifpi (Nikolaas De Beli)</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Boekingskantoor:<ul style="list-style-type: none"><li>- Live Nation (Teddy Hillaert)</li><li>- Rock'o co (Maarten Quaghebeur)</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Publisher:<ul style="list-style-type: none"><li>- EMI publishing (Guy Van Handenhove)</li><li>- Musicpublishers.be (Herman Van Laer)</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Concertwezen:<ul style="list-style-type: none"><li>- Live Nation (Teddy Hillaert)</li><li>- Clubcircuit (Marc Steens)</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Artiest:<ul style="list-style-type: none"><li>- Briskey (Gert Keunen)</li></ul></li></ul>
3. Experten:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Geert Allaert (Music Hall)</li><li>• Tine Maenhout en Isabelle De Voldere (Vlerick onderzoekers)</li><li>• Stef Coninx</li></ul>

## Bijlage 4: Initiatief, tegenstand en concrete stappen.

### Initiatief

Er zijn verschillende vaders en moeders van CultuurInvest. De inhoudelijke cel bij administratie heeft voorbereidend werk gedaan. Ze hebben een eerste aanzet gegeven aan de hand van een regeerbijdrage.<sup>114</sup> De minister van cultuur en zijn kabinet, Stefaan De Ruyck in het bijzonder, hebben het initiatief genomen voor de ontwikkeling en operationalisering ervan. Minister Moerman en haar kabinet waren er ook bij betrokken en hebben steun gegeven aan minister Anciaux, die de trekkende rol vervulde. De steun van minister Moerman was belangrijk in het duidelijk maken dat het niet gaat om een subsidieverhaal, maar om een investeringsinstrument. Initieel is het initiatief dus volledig vanuit cultuur gebeurd, maar men had te maken met het mechanisme economie en via de ParticipatieMaatschappij Vlaanderen (PMV) ook met het ministerie van begroting en financiën. Het was dus evident dat het voorgesteld werd als een initiatief dat uitging van drie ministers, namelijk de kabinetten van Van Mechelen, Moerman en Anciaux.<sup>115</sup>

Naast de initiatiefnemers waren er heel wat pleitbezorgers voor een cultuurindustriële beleid. Nu volgen enkele belangrijke namen, maar het lijstje is ongetwijfeld onvolledig. In de academische wereld publiceerden Katia Segers, Guido De Brabander en Rudi Laermans over de mogelijkheid van een cultuurindustriële beleid. Verder waren er ook tal van politici zoals Dany Vandenbossche, Jos Stassen, Herman Schuermans en Bart Caron, die hiervan melding maakten. Ten slotte is het belangrijk te vermelden dat er ook heel wat signalen uit de sector zelf kwamen. De belangrijkste personen zijn Geert Allaert, Dirk Brossé en Stef Coninx. Het zijn deze laatsten, die het probleem aan de kaak gesteld hebben. De politiek en de academische wereld hebben daarop gereageerd. De academici zijn in één beweging ook opnieuw aandacht gaan hebben voor het effect van de commerciële cultuur op de samenleving.<sup>116</sup>

Men kan zich afvragen waarom het cultuurindustriële beleid niet bij het ministerie van economie thuis hoort. Dit is omdat het initiatief genomen werd door de minister van cultuur. Hij zag daarin een instrument om zijn cultuurbeleid te versterken. Ook omwille van het feit dat het om culturele inhoud ging, wat niet het geval is bij producten en diensten uit de reguliere economie. Ten slotte ook omdat het kabinet cultuur invloed wilde hebben op het instrument dat ontwikkeld werd.<sup>117</sup>

### Tegenstand

Aanvankelijk was er tegenstand vanuit de gesubsidieerde sector en dan vooral vanuit een principieel denkende kunstwereld. Enerzijds was er de vrees voor een verschuiving van middelen

---

<sup>114</sup> Interview: Jolling P.

<sup>115</sup> Interview: Denolf, J., Leyder, P., De Ruyck, S.

<sup>116</sup> Interview: Caron, B., De Ruyck, S.

<sup>117</sup> Interview: Caron, B., De Ruyck, S., Jolling, P., Leyder, P.

vanuit het kunstendecreet. Anderzijds werd het cultuurbeleid ervan beschuldigd te populistisch te worden en te evolueren naar een soort van Amerikanisering. Er was ook koudwatervrees, kritiek dat het nooit zou functioneren. Naarmate men beter wist waarover het ging, verstomde de kritiek. Het was dus in grote mate te wijten aan onbegrip. <sup>118</sup>

Welke stappen zijn ondernomen?


Er was al ongeveer 10 jaar discussie over de mogelijkheid van een investeringsfonds. Vóór de legislatuur 2004-2009 was het al in verschillende verkiezingsprogramma's van verschillende partijen aan bod gekomen. Vanaf de huidige legislatuur werd het opgenomen in de beleidscyclus. Die cyclus vangt aan met de regeerbijdrage, waarvan de visietekst over culturele industrie een input was. Nadien werd er uitgebreid melding van gemaakt in het regeerakkoord, de beleidsnota cultuur, de meerjarenbegroting, de jaarbegroting die daaruit volgt en de jaarlijkse beleidsbrieven van de minister. Parallel met de beleidscyclus, startte in 2004 de operationele fase. Er werd een werkgroep of regiegroep samengesteld, die midden 2004 een eerste vergadering hield. Het eerste begrippenkader werd ontwikkeld, men is met PMV gaan samen zitten en er is een beleidsplan/businessplan geschreven op maat van PMV. Daarna is het politiek overleg begonnen. Er waren zittingen in de commissie cultuur, nadien de goedkeuringen van de Vlaamse gemeenschap, de goedkeuring van Europa en de goedkeuring van de Nationale bank. Het was een vrij omvangrijk proces, maar het is tegelijkertijd verrassend snel gegaan. <sup>119</sup>

---

<sup>118</sup> Interview: Jolling, P., De Ruyck, S., Caron, B.

<sup>119</sup> Interview: Jolling P., De Ruyck, S., Caron, B.

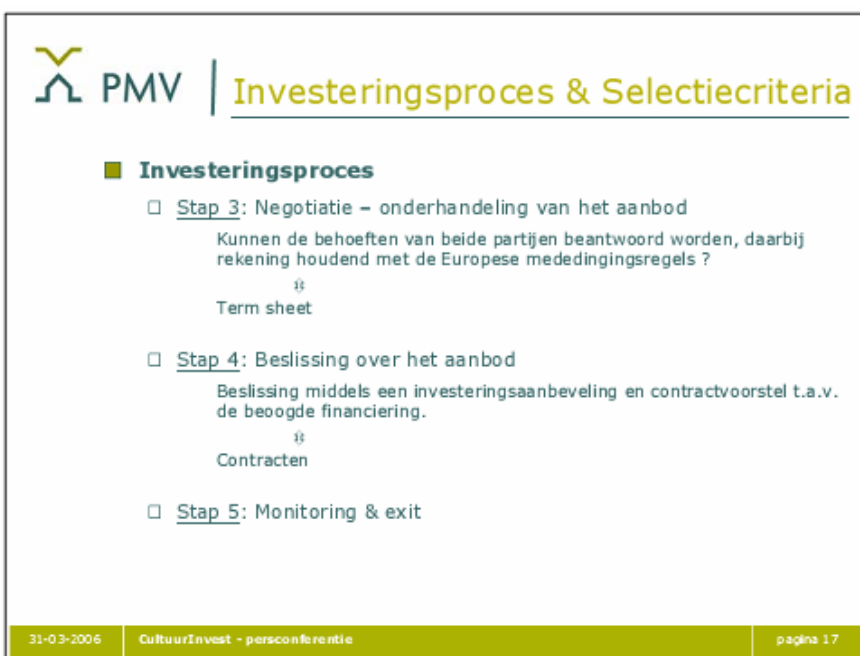
## Bijlage 5: Procedure



PMV | **Investeringsproces & Selectiecriteria**

- **Investeringsproces**
  - **Stap 1: Intake – kwalificatie van de aanvraag**
    - Voldoet de aanvraag/aanvrager aan de basiscriteria ?
      - ⇕
      - Geautomatiseerd aanmeldingsformulier
  - **Stap 2: Analyse – evaluatie van de aanvraag**
    - Is de kwaliteit van product/dienst en beoogde activiteiten van die aard dat de gevraagde financiering binnen redelijke termijn en met voldoende waarschijnlijkheid kan terugbetaald worden en/of biedt de geanticipeerde groei van de aanvrager voldoende exit-potentieel ?
      - ⇕
      - Businessplan
      - Selectiecriteria

31-03-2006 | CultuurInvest - persconferentie | pagina 16



PMV | **Investeringsproces & Selectiecriteria**

- **Investeringsproces**
  - **Stap 3: Negotiatie – onderhandeling van het aanbod**
    - Kunnen de behoeften van beide partijen beantwoord worden, daarbij rekening houdend met de Europese mededingingsregels ?
      - ⇕
      - Term sheet
  - **Stap 4: Beslissing over het aanbod**
    - Beslissing middels een investeringsaanbeveling en contractvoorstel t.a.v. de beoogde financiering.
      - ⇕
      - Contracten
  - **Stap 5: Monitoring & exit**

31-03-2006 | CultuurInvest - persconferentie | pagina 17

**Figuur 2: verschillende stappen in de procedure. Bron: presentatie CultuurInvest door PMV.**

Aanvragen voor CultuurInvest doorlopen een hele procedure. De dossiers lopen binnen via de site, waarbij men enkele basisvragen moet beantwoorden. Er volgt een kennismakingsgesprek en een grondige analyse van het plan. De volgende fase is een interactief proces dat moet resulteren in een win-win situatie. Dan wordt er een dossier klaar gemaakt voor een investeringscomité, dat zal

beslissen of de investering mag geplaatst worden of niet.<sup>120</sup> Tijdens die procedure speelt CultuurInvest een managementondersteunende rol of neemt zij de vorm aan van consultancy. Ze gaan businessplannen onderwerpen aan een ruime interne checklist. Aspecten als financiële marketing, sales, ondernemerschap in ruime zin, worden getoetst.<sup>121</sup>

**PMV | Investeringsproces & Selectiecriteria**

■ **Selectiecriteria**

- Macro- en micro-economisch-financiële criteria
  - ↳ screening aanvrager op culturele trackrecord
  - ↳ screening aanvrager op ondernemerschap
  - ↳ onderzoek naar marktpotentieel product
  - ↳ beoordeling kwaliteit en haalbaarheid businessplan in markt en in relatie tot product
  - ↳ beoordeling terugbetalingscapaciteit
  - ↳ beoordeling verhouding private middelen vs. overheidsmiddelen
  - ↳ beoordeling liquiditeit en toetsing voorgenomen aanwending
  - ↳ beoordeling rendementspotentieel; beoordeling exit-potentieel en -perspectief
  - ↳ risico-analyse

31-03-2006    CultuurInvest - persconferentie    pagina 18

**Figuur 3: ruime checklist aan selectiecriteria.**

<sup>120</sup> Interview: Leyder, P., Denolf, J.

<sup>121</sup> Interview: Leyder, P., Jolling, P.

## Bijlage 6: Waarom CultuurInvest en niet iets anders?

Dit was enerzijds evident vanuit de specifieke Vlaamse cultuurbeleidcontext. In de Angelsaksische landen heb je het model van de fundraising en van de stichtingen. Ons fiscaal systeem laat dat niet toe.<sup>122</sup> Anderzijds had dit praktische redenen. Er waren geen andere vormen van investeringsfondsen bekend, dan die voorbeelden in Catalonië en Québec. De expertise rond financiële ondersteuning was al een beetje aanwezig in de vorm van PMV en het was bekend in de financiële wereld.<sup>123</sup>

Men kan zich afvragen of de overheid nog andere stappen gaat ondernemen op vlak van cultuurindustriële beleid. Dit is op dit moment nog niet het geval. De nood aan professionalisering, managementondersteuning en continue aandacht op internationaal vlak in het kader van handelsakkoorden, Europese onderhandelingen en WTO discussies, wordt wel aangegeven.<sup>124</sup>

---

<sup>122</sup> Interview: Jolling, P., De Ruyck, S.

<sup>123</sup> Interview: Caron, B., Jolling, P., De Ruyck, S.

<sup>124</sup> Interview: De Ruyck, S., Jolling, P., De Voldere, I., Maenhout, T.

## Bijlage 7: Popbeleid

Stand van zaken.

Het popbeleid is er nog, maar haalt de grote pagina's niet meer.<sup>125</sup> Het popbeleid is in de eerste plaats een verhaal van groepen kansen geven op semiprofessioneel niveau. Dat wordt optimaal gesteund door projectsubsidies, via vergoeding van reis- en transportkosten en via Poppunt. Dat alles boomt op dit ogenblik. Ook presentatieplekken worden gesteund. Muziekclubs worden verondersteld de niches aan bod te laten komen.

Visie

Er is sprake van een soort van traject dat men voor popgroepen voorziet. Je moet mensen heel jong kunnen oppikken en een opleidingstraject kunnen aanbieden, klaar maken voor een carrière. In dat voortraject moet je ze ondersteuning geven. Ofwel doe je dit rechtstreeks, ofwel via omkaderende organisaties. Keremos, Muziekodroom zijn voorbeelden van omkaderende organisaties. Je moet hen ook een repetitieruimte en een podium kunnen aanbieden. Hier ligt een taak voor jeugdhuizen, muziekclubs en dergelijke. Op een bepaald moment, als het marktpotentieel er is, is het de bedoeling hen over te laten aan de markt. Eventueel met steun van CultuurInvest.<sup>126</sup> Men kan pas spreken van een volwaardig popbeleid als je een uitgebreide keten maakt met allemaal verschillende spelers, die elk een specifieke rol te spelen hebben in dat grote verhaal. Elke speler moet je dan op de meest optimale manier kunnen ondersteunen.

Verder blijkt dat er nog moet worden ingezet op een exportbeleid. Promotie van Belgische bands in het buitenland. Dit kost geld. De investeringen voor promotie in het buitenland brengen niet direct geld op. Daarom moet je die periode kunnen overbruggen. Hiervoor kunnen subsidies dienen. Nadien zou die groep op de buitenlandse markt rendabel moeten zijn. En kan men indien nodig naar CultuurInvest.<sup>127</sup> Eventueel kan die subsidie voor internationale initiatieven ook vanuit het FIT (Flanders Investment and Trade) komen, die ook in andere economische sectoren export subsidiëren. Hier worden de mogelijkheden voor een mix met CultuurInvest open gehouden. Ook de Vlerick onderzoekers geven de nood aan voor internationalisering van Vlaamse creatieve producten. Zij zien hier een rol weggelegd voor CultuurInvest.<sup>128</sup>

---

<sup>125</sup> Interview: Denolf, J., De Ruyck, S., Caron, B.

<sup>126</sup> Interview: De Ruyck, S.

<sup>127</sup> Interview: De Ruyck, S., Denolf, J., Caron, B.

<sup>128</sup> Interview: De Voldere, I., Maenhout, T.

## Bijlage 8: Verlanglijstje van beleidsmaatregelen.

Wat nu volgt, is een opsomming van brede beleidsmaatregelen die door verschillende overheden kunnen genomen worden in het voordeel van de popmuzieksector.

- tax shelter of belastingskrediet<sup>129</sup>
- BTW verlaging, zowel op CD verkoop als op het live gebeuren.<sup>130</sup>
- bestrijding illegale download<sup>131</sup>
- de window period, de wachttijd vóór een CD in de bibliotheek ligt, verlengen van 2 naar 6 maanden.<sup>132</sup>
- de vergoeding van de privé kopie moet beter gealloceerd worden.<sup>133</sup>
- bestrijding van de visie 'muziek moet gratis zijn' door een sensibiliseringscampagne.<sup>134</sup>
- de bedrijfsvoorheffing, de belasting op de uitkoopsom van een buitenlandse groep, is in alle landen verschillend. Het is ingewikkeld en onduidelijk. In Nederland heeft men dit reeds afgeschaft.<sup>135</sup>
- exportbeleid is een belangrijk punt.<sup>136</sup>
- wat er met muziek gebeurt naar media, TV, radio is te weinig<sup>137</sup>
- infrastructuur voor muziekclubs; daar lopen wij nog veel achterop t.o.v. Nederland.<sup>138</sup>
- afhandeling van subsidiedossiers moet sneller gebeuren.<sup>139</sup>
- bevorderen van professionalisering in de sector: cursussen organiseren en informatiepunten, maar geen langdurige opleidingen.<sup>140</sup>
- bevorderen van communicatie tussen hogere instanties en kleinere maatschappijtjes<sup>141</sup>
- zorgen voor meer overleg in de sector en met het muziekcentrum en de overheid, want er is nog altijd zeer veel onwetendheid t.o.v. mekaar.<sup>142</sup>

---

<sup>129</sup> Interview: Declercq, T., De Beli, N., Deblaere, G., Van Handenhove, G., Van Laer, H., Steens, M.

<sup>130</sup> Interview: Quaghebeur, M., Deblaere, G., Hillaert, T., Van Handenhove, G., Torney, B.

<sup>131</sup> Interview: Declercq, T.

<sup>132</sup> Interview: De Beli, N.

<sup>133</sup> Interview: De Beli, N.

<sup>134</sup> Interview: Declercq, T., Steens, M., De Beli, N., Van Handenhove, G.

<sup>135</sup> Interview: Quaghebeur, M., Steens, M.

<sup>136</sup> Interview: Steens, M., Keunen, G., Quaghebeur, M.

<sup>137</sup> Interview: Hillaert, T., Declercq, T.

<sup>138</sup> Interview: Steens, M.

<sup>139</sup> Interview: Van Handenhove, G.

<sup>140</sup> Interview: Quaghebeur, M.

<sup>141</sup> Interview: Deblaere, G., Coninx, S.

<sup>142</sup> Interview: Declercq, T., Quaghebeur, M., Coninx, S., Deblaere, G., Keunen, G., Torney, B.

## Bijlage 9: Krantenknipsel

Sels, G. (2006, 1 april). Een hefboom voor cultuur. Met het investeringsfonds CultuurInvest slaat de Vlaamse overheid eindelijk een brug tussen de culturele en de economische wereld. *De Standaard*.





## Bijlage 10: Interviews in tekstbestand.

Per mail verzonden naar: [facpe@vub.ac.be](mailto:facpe@vub.ac.be).