

Kunst en cultuur als exportproduct

Nederlandse kunst is een belangrijk exportproduct, met veel invloed op het beeld van ons land als handelspartner. ‘Een kwalitatief sterke kunstwereld is cruciaal voor een innovatief en creatief imago.’

Nederland, een speldenprik op de wereldkaart, is groot in export. Niet alleen goederen en diensten gaan veelvuldig de grens over, ook kunstenaars horen tot de *frequent travellers*. Cultureel gezien zijn games, dj's en dancemuziek onze voornaamste exportproducten. Is dat belangrijk? Ja, vindt de overheid. Het beeld dat de Nederlandse kunst in de wereld neerzet, is uiterst belangrijk voor het bevorderen van een goed imago van ons land en daarmee van excellente handelsrelaties. Ook Nederlandse ontwerpers zijn wereldwijd in trek. Zij vormen een belangrijk onderdeel van de topsector Creatieve Industrie die – met 6 procent per jaar – harder groeit dan alle andere sectoren. De sector biedt werk aan 172.000 mensen in 34.000 bedrijven, die met elkaar een omzet hebben van 7,1 miljard euro, 2 procent van het bruto binnenlands product. ‘De kracht van de sector zit in het vermogen om te innoveren en waarde te creëren: creatieve bedrijven ontwikkelen vernieuwende ideeën, producten, diensten, systemen, strategieën en werkwijzen,’ aldus de onafhankelijke adviesraad Dutch Creative Council van het door de minister van Economische Zaken opgerichte Topteam Creatieve Industrie.

DutchCulture

De export van hoogwaardige producten en diensten is voor Nederland van levensbelang. Samenwerken met andere landen en culturen is daarvoor cruciaal. Om dat beleid

concreet te maken, is in 1999 de Stichting voor Internationale Culturele Activiteiten opgericht, inmiddels herdoopt tot DutchCulture. Een organisatie die kunstenaars en culturele organisaties met plannen voor internationale projecten koppelt aan buitenlandse contacten en adviseert bij fondsenwerving. Deze stichting zorgt ervoor dat bedrijven en kunstinstellingen in het buitenland Nederland weten te vinden. Ook ondersteunt DutchCulture diplomatieke missies met voorstellingen en exposities. Culturele diplomatie creëert namelijk een platform voor het soepel leggen van zakelijke contacten. Directeur Cees de Graaff (59) illustreert dat met het Holland-Kyushu-project. ‘Door in een overkoepelend project een aantal interessante losse initiatieven te promoten tussen Nederland en Kyushu, het tweede grote eiland van Japan, kun je duurzame relaties bouwen en mensen enthousiasmeren voor nieuwe samenwerkingen. Zo ontdekken we dat Nederland en Kyushu naast hun belangstelling voor ambacht en innovatie ook een aantal maatschappelijke vraagstukken delen. Dat schept mogelijkheden voor de creatieve industrie en bedrijven aan beide zijden die zich daarmee bezig houden.’ Welke kunstenaars zijn onze belangrijkste visitekaartjes? Dat signaleert DutchCulture onder meer aan de hand van zijn database Buitengaats, waar het de buitenlandse activiteiten van de creatieve sector bijhoudt. Ook reacties uit hun wereldomspannend

netwerk tellen mee. Een van die ‘iconen’ is Toneelgroep Amsterdam (TA) en haar directeur Ivo van Hove. Zij horen bij de wereldtop, net als architect Rem Koolhaas, Jaap van Zweden, chef-dirigent van de New York Philharmonic, en ontwerpers als Marcel Wanders en Irma Boom, die internationaal aandacht trok met haar tegeltableau in de onderdoorgang bij het Amsterdamse Centraal Station. Ontwerpster Hella Jongerius werd door het gezaghebbende Britse lifestylemagazine *Wallpaper* uitgeroepen tot een van de drie belangrijkste ontwerpers ter wereld. De Graaff: ‘Deze topkunstenaars staan garant voor Nederland als innovatief, creatief land.’

Bruggenbouwers

Daarnaast stimuleert DutchCulture ‘bruggenbouwers’, kunstenaars en ontwerpers die een brug slaan naar de toekomst en de weg vrijmaken voor anderen. Zo iemand is Eric Klarenbeek (37), opgeleid aan de Design Academy in Eindhoven. Hij zoekt naar een natuurlijke vervanger voor plastic. Gebruiksvoorwerpen, textiel, bouwmaterialen, isolatie, tot gevelplaten aan toe, vrijwel alles is van kunststof met als grondstof milieuvriendelijke aardolie. ‘Al dat plastic blijft voor eeuwig bestaan, realiseerde hij zich met ontzetting. ‘Het wordt alleen afgebroken in steeds kleinere deeltjes, die ademen we in, we eten het al. Ik wil dat veranderen. Mijn plannen moeten ecologische impact hebben.’ Klarenbeek doet dat

met nieuwe technologie en met behulp van de schimmeldraden waaraan paddenstoelen groeien, zoals het elfenbankje of de shiitake. Hij vond een 3D-printer uit om een papje van natuurlijke materialen – houtsnippers en water bijvoorbeeld – in een vorm te printen. Daar laat hij zijn schimmeldraden in groeien. Eenmaal gedroogd wordt dat materiaal keihard. Maar afhankelijk van het soort paddenstoel en de gebruikte methode zullen alle eigenschappen van kunststoffen na te bootsen zijn, verzekert Klarenbeek.

China

De begroting van DutchCulture is krap en gaat op aan projecten in acht focuslanden. België, Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten zijn ‘onze belangrijkste afzetgebieden’. Bij de keuze voor China, Indonesië en Turkije gaat het ook om geopolitieke belangen. Cees de Graaff wijst op het Chinees-Nederlands Design and Arts Platform. ‘Men wil in Shenzhen samen met het lokale bedrijfsleven en met DutchCulture als intermediair een designschool en een designpark opzetten, wat weer mogelijkheden biedt voor het Nederlandse creatieve bedrijfsleven om toegang te krijgen tot productiefaciliteiten daar. Maar ook voor directe toegang tot de Chinese markt. We zijn nu in gesprek met meubelproducent Gispen.’ China-expert bij DutchCulture is Monique Knapen. Zij spreekt Mandarijn. Via haar relaties – zij woonde jaren in het land – >



Voorbeelden van Nederlandse visitekaartjes in de creatieve industrie:
1 Irma Boom (tegeltableau Amsterdam CS)
2 Jaap van Zweden (in 2017 dirigent van het New York Philharmonic)
3 Marcel Wanders (Tempter, Personal Editions Collectie)
4 Hella Jongerius (East River Chair © Vitra)
5 Rem Koolhaas (China Central Television)
6 Toneelgroep Amsterdam (Kings of war)



kwam zij in contact met Pureland, een Chinees bedrijf dat investeert in culturele centra in Chinese steden. Zij zitten in Chengdu en Chongqing. Pureland benaderde DutchCulture voor inhoudelijke versterking van hun centra met tentoonstellingen en muziek. Het Nederlandse bedrijf Yalp, dat zelf de weg naar China vond en samenwerkt met Pureland, levert er speeltoestellen. Zo kunnen Chinese kinderen nu Hollands-veilig klimmen en schommelen. Een typisch stukje polderstraatbeeld, overgeplaat naar China.

Ontwerpers van de toekomst

Sinds 1 februari is Jann de Waal (52), ceo en eigenaar van Info.nl, lid van het Topteam om de internationale relaties te versterken. Hij is daarnaast partner bij Fuente, een netwerk van businessvernieuwers, en actief in verschillende publieke organisaties rond innovatie, onderwijs en de creatieve industrie. 'De verdienste van ontwerpers zit 'm ook in het vermogen om buiten de lijntjes te kleuren,' zegt hij. Ze kunnen nieuwe oplossingen bedenken voor wat hij 'wicked problems' noemt. Zo boog de sector zich over de vraag: hoe kunnen we dementerende ouderen op een betere manier thuis laten wonen? Er wordt altijd gekozen voor een integrale benadering. Daardoor kwam een



Boven Animatie van het in 2017 te openen cultureel centrum in de Chinese stad Shenzhen
Onder De mycelium-chair van Eric Klarenbeek: een combinatie van 3D-printen en levende organismen

combinatie tot stand van betere architectuur van verpleeghuizen, e-health-toepassingen en computerprogramma's om mantelzorgers en zorgverleners met elkaar te laten communiceren. 'Shenzhen worstelt ook met vergrijzing én er is maakindustrie. Via de daar gelegde contacten kan de sector nu dit concept introduceren.' De Waal nodigde er relaties uit voor een bezoek aan de tentoonstelling *The Future of Fashion*. 'Een mooie tentoonstelling die meteen innovatief gebruik van nieuwe materialen liet zien. Een perfecte manier om Nederlandse creativiteit en Nederlands initiatief te tonen.'

Natuurlijke schimmels

Initiatief is er genoeg bij Nederlandse ontwerpers. Eric Klarenbeek noemt zichzelf met nadruk 'ontwerper' en geen kunstenaar, hij wil een product neerzetten. Toch maakte zijn innovatieve concept om plastic te vervangen aanvankelijk furore als kunstwerk. 'We hebben een stoel geprint met schimmels. Die is de hele wereld overgegaan en heeft heel veel aandacht getrokken.' Zo kwam Klarenbeek in contact met zijn huidige zakenpartner, het Amerikaanse bedrijf Ecovative, ook opgezet door jonge techneuten met een missie, die paddenstoelen kweekten onder hun bed. Nature's glue, een natuurlijk kleefmiddel, noemden deze jongens hun schimmels. Zonder het giftige en kankerverwekkende formaldehyde, een veelgebruikte grondstof voor bouwmaterialen en plastics. Maar speciale 3D-printers hadden ze nog niet – totdat Klarenbeek die leverde. Ecovative heeft inmiddels zeventig werknemers, Studio Klarenbeek wordt bemand door vijf mensen en een aantal robots die zelfstandig staan te printen in stof- en bacterievrije ruimtes. Zij maken lampenkapjes, krukjes en koelboxen, terwijl Studio Klarenbeek experimenteert met natuurlijke materialen. Zo wordt er met Brabantse kwekers gewerkt aan grote structuren van mos voor geluidswanden langs snelwegen. 'Mossen blijken enorm goede fijnstofvreters. Het mooie is: overall ter wereld kun je de grondstoffen voor deze technologie vinden. Europa is ons focusgebied, maar ook in Azië komen we vaak. We zijn bezig voor vijf bedrijven producten te ontwikkelen.' Klarenbeek begeleidde op verzoek van DutchCulture dit voorjaar ontwerpers tijdens de Dutch Design Week in Beiroet. 'Ik vind het belangrijk dat ik een onderdeel kan zijn van de zoektocht naar het plastic van de toekomst. We werken voor sport-, outdoor- en autobedrijven, ook Nederlandse. Ik kan nieuwe markten aanboren. Dan wordt kunst economie, dan vind ik het interessant.' **[JVV]**

**ADVERTENTIE
SIMONS & BUUNK**

Populair in het buitenland

DutchCulture houdt nauwkeurig bij welke kunstenaars de grens overgaan. Dit is hun top-3 voor elke sector:

Architectuur

MVRDV, OMA, Mecanoo

Dans

De Stille, Jan Martens, Nederlands Dans Theater

Ontwerpers

Lidewij Edelkoort, Irma Boom, Marcel Wanders

Film

Morgan Knibbe, Job Joris &

Marieke, Oeke Hoogendijk

Heritage

Anne Frank Stichting, Rijksdienst Cultureel Erfgoed, Rijksmuseum

Literatuur

Tommy Wieringa, Arnon Grunberg, Herman Koch

DJ's

W&W, Oliver Heldens, Chuckie

Fotografie

World Press Photo, Erwin Olaf, Ruud van Empel

Theater

Toneelgroep Amsterdam, Theater Terra, Etienne Borgers

Beeldende kunst

Atelier van Lieshout, Marlene Dumas, Lonnie van Brummelen & Siebren de Haan