



Nieuws

Bright New World

Interview over vernieuwing in cultuur

Creatief bureau Vandejong uit Amsterdam interviewde Johan Idema over vernieuwing in de cultuurwereld. Het gesprek ging over inspiratie, up-to-date blijven in je vakgebied en over vanzelfsprekendheden in de cultuurwereld. Lees het interview hier.

Wat doe je als cultureel innovator?

Ik probeer nieuwe manieren te vinden om kunst aan het publiek te presenteren. Kunstenaars maken altijd bijzonder werk, maar we moeten iets doen aan de stereotype manier waarop ze dit presenteren. Het publiek heeft behoefte aan andere formats. Ze zijn niet langer tevreden met een tentoonstelling in een museumzaal of een klassiek concert in een concertzaal. We zijn op zoek naar andere manieren om kunst te beleven. Onlangs organiseerde ik de tentoonstelling *Museum Minutes* in de Kunsthal Rotterdam. Bezoekers konden hier rustig plaatsnemen voor een kunstwerk en luisteren naar verschillende achtergrondverhalen. Deze verhalen gingen verder dan de standaard toelichting die je vindt op de informatiebordjes in een museum. Op dit moment ben ik bezig met het opzetten van een plan voor museale aanwezigheid op theaterfestival De Parade.

Waar haal jij je inspiratie vandaan?

Het is mijn werk om met nieuwe ideeën te komen en deze te realiseren. Dit alleen al is inspirerend. Het bedenken van ideeën is eigenlijk het makkelijkst. De overige negenennegentig procent, de ontwikkeling, financiering en uitvoering is het lastigst. De meeste inspiratie haal ik uit het observeren van de mensen met wie ik werk. Mensen met een unieke en sterke motivatie die achter hun ideeën staan en er alles aan doen om deze te realiseren. Ik heb het geluk gehad met een aantal van hen te werken de afgelopen jaren.

Wat betekent vernieuwing voor jou?

Innovatie staat niet alleen voor het bedenken van nieuwe ideeën. Je moet er ook betekenis aan geven. Het idee transformeren tot een echt plan dat wordt gefinancierd en uitgevoerd. Innovatie is het succesvol op de markt brengen van een concept. Het zou hoger op de agenda moeten staan bij culturele instellingen. Op dit moment zie je de nadelige gevolgen bij instellingen die geen nieuwe dingen proberen. Het aantal bezoekers daalt en ook de diversiteit van het publiek neemt af. Het wordt steeds moeilijker om sponsors aan te trekken.

Hoe blijf je zelf up-to-date in je vakgebied?

Om het jaar geef ik een boek uit waarin ik op zoek ga naar hoe we dingen beter kunnen doen. *Beyond the Black Box and the White Cube* onderzoekt hoe we onze musea en theaters anders kunnen vormgeven. In *Present! Rethinking Live Classical Music* worden casestudies besproken van internationale pioniers – componisten, artiesten, regisseurs en presentatoren – die een impuls hebben gegeven aan het klassieke concert. Het schrijven van deze boeken kost enige moeite, maar ik doe het graag. Het hele traject van onderzoek, interviews afnemen, reflectie en schrijven is een goede voedingsbodem voor mijn werk. Het brengt meop nieuwe ideeën verbetert mijn strategisch overzicht. In september 2014 komt mijn nieuwe boek *How to Visit an Art Museum* uit bij BIS Publishers. Ik hoop binnenkort met het vooronderzoek te beginnen, zodat mensen kunnen meelesen en feedback kunnen geven.

Welke vanzelfsprekendheden zou jij willen aanpakken?

Binnen de kunstwereld wordt teveel geleund op de aanname dat wanneer een tentoonstelling of uitvoering veel bezoekers trekt, het een groot succes is. Vanuit financieel opzicht is dat waar. Maar ik denk dat we verder moeten kijken. Wat gebeurt er echt wanneer mensen een museum bezoeken? Of wanneer ze naar het theater, de bioscoop of wat voor culturele instelling dan ook gaan? Hebben de kunsten écht impact op mensen wat betreft schoonheid, boodschap of kennis? Recent onderzoek heeft aangetoond dat bezoekers niet altijd zo geroerd zijn als we denken. Gelukkig toont onderzoek ook aan hoe we op eenvoudige wijze de invloed van de kunsten kunnen verbeteren. Dus ja, ik wil graag het axioma veranderen dat culturele instellingen met een hoog bezoekersaantal gelijk zijn aan culturele instellingen die haar bezoekers een ware kunstbeleving aanbieden. Hoe we dat kunnen doen? Laat het personeel van culturele instellingen twee keer per jaar een goed gesprek aangaan met haar bezoekers. Deze aanpak is uitgetoet in de Verenigde Staten. Het resultaat van deze gesprekken heeft geleid tot nieuwe inzichten en innovatieve plannen.