

ELKE DE BEUKELAER

Master in de Culturele Studies
Katholieke Universiteit Leuven 2010-2011
Promotor: Heidi Peeters



Duurzame Muziekpodia

Pure marketingstrategie of bewust engagement?



Abstract

The present social context shows that environmentally friendly practices are necessary to safeguard the future of our planet. Despite the growing ecological awareness, actual measures and behavioural changes do not always immediately follow. Alternatives that can lead to a more drastic change, are therefore more than welcome. On the one hand, the cultural sector has a responsibility as a public institution, on the other hand, it is a sector that 1. can prompt people, through culture and art, to take action and 2. that can also provide mental support in the process of change, by using the media.

Throughout history, cultural activism appears to be an effective and powerful communication technique that can increase people's consciousness. Literature study, however, teaches us that the role of this sort of activism is not always clear in the present, democratic context. Cultural activism today is thanks to its slightly conforming and parodying actions a more complex variant of its classical form, which implies a more provocative art and vision. The Flemish cultural sector does not only have an activating function, it also has to inform and guide its audiences in the necessary social transitions, of which sustainability is one. The ecological urgency manifests itself already in various initiatives such as "Jonge Sla" (Young Lettuce) and "Kunst en Ecologie" (Art and Ecology), and in study groups such as "Eco-centra" (Eco-Centres) and the policy "Atelier Eco-Cultuur" (Workshop Eco-culture). Despite the growing awareness of cultural organisations, the step towards a real environmental policy seems still far-off. The same goes for the Flemish music scene.

This thesis examines on the one hand the current ecological footprint of the Flemish music venues. On the other hand it assesses to what extent the existing sustainable measures have emerged from social responsibility or from marketing motives. Finally, the research is translated into practical recommendations for concert venues and policy recommendations, both should help to make a fundamental transformation real. Whereas concert halls can mainly set an example by means of infrastructural and behavioural changes, the Flemish cultural policy can give more specific support, both by providing financial resources and by creating useful platforms and practical tools.

Despite the fact that music venues partly rely on an important commercial factor, five out of nine of the venues in our survey appear to apply a strong environmental policy in their organisation. Still, one must not cheer too soon. For the difference with the other respondents is actually huge and sustainability seems far away. This does not only apply to music venues, the difference also manifests itself more generally among cultural organisations. It therefore goes without saying that cultural organisations that endorse sustainability can act as a pioneer in activating other cultural actors and their audiences. However, this activation can only take place when it is adequately supported by policymakers.

There's a lot to learn, for wasting time.

Neil Young

Abstract	
Voorwoord	1
Inleiding	2
Onderzoeksopzet	4
Cultuur en ecologie	6
1. <i>De ecologische crisis</i>	6
2. <i>Cultureel activisme</i>	9
Inleiding	9
Cultureel activisme als begrip	9
Cultureel activisme in de kunst	13
Beeldende kunsten	13
Politiek theater	15
Cultureel activisme als therapie	16
Cultureel activisme vandaag	17
Zinvol?	18
3. <i>Cultureel activisme in de cultuursector</i>	21
4. <i>Ecologisch activisme in cultureel Vlaanderen</i>	23
Inleiding	23
Cultureel-ecologische initiatieven	24
Kunst en Ecologie (BAM)	24
Jonge Sla (VTi)	25
Eco-centra (LOCUS)	27
Handvest voor een transitie naar rechtvaardige duurzaamheid	28
Ecologie en cultuurbeleid	28
Atelier eco-cultuur	29
5. <i>Ecologie en muziekindustrie: what's music got to do with it?!</i>	33
Music industries	33
Muziekindustrie en ecologie	34
'Groene' muziekinitiatieven	37
Verenigd Koninkrijk: Julie's Bicycle	37
Vlaanderen: Recharge	39
Vlaamse muziekpodia en ecologie: praktijkonderzoek	41
1. <i>Onderzoekskader</i>	41
6. <i>Duurzaamheid is...</i>	42

Energie	42
Verbruik	42
Infrastructuur	45
Financieel	46
Recyclage	48
Catering	50
Mobiliteit	52
Geluidshinder	54
Interne werking	55
Publiekswerking	58
Sensibilisering	58
Imago	60
Maatschappelijke verantwoordelijkheid	61
Duurzame muziekpodia?	63
1. <i>Inleiding</i>	63
2. <i>Van ecologisch tot niet-ecologisch: een visueel overzicht</i>	63
3. <i>Ecologisch duurzame concertzalen</i>	63
Bevindingen	63
Marketingstrategie of bewust engagement?	67
4. <i>Aanbevelingen</i>	70
Muziekpodia	70
Energie	70
Recyclage	72
Catering	73
Mobiliteit	74
Geluidshinder	74
Interne werking	75
Publiekswerking	77
Green Theatre Action Plan	79
Beleid	79
5. <i>Slot</i>	81
Bibliografie	83
Boeken	83
Artikels	83
Online bronnen	83
Andere	85

Bijlagen	86
1. <i>Handvest Benjamin Verdonck</i>	87
2. <i>Interviewvragen</i>	89
3. <i>Green Theatre Action Plan</i>	91
10 tips voor het ecologisch beheer van theatergebouwen	91
10 tips voor een duurzamer aankoopbeleid	92

Voorwoord

Een masterproef ontstaat niet vanzelf. Het is uiteraard een individuele creatie, maar kan pas echt tot stand komen met de hulp van anderen. Bij deze wil ik de nodige mensen bedanken voor hun bijdrage aan dit onderzoek.

Eerst en vooral wil ik Heidi Peeters bedanken. Als promotor heeft ze mij meermaals op weg geholpen met het zoeken naar alternatieve benaderingswijzen en structuur. Ook haar kennis over muziek- en cultuurindustrieën betekende een echte ondersteuning. Verder wil ik Laurence Nuijs bedanken voor het mij in contact brengen met De Muntchouwburg als ecologisch cultuurhuis. Daarnaast wil ik de bijdrage van mijn stageplaats Trix vermelden. Ze gaven mij de mogelijkheid om in contact te komen met het thema ecologie in de muzieksector en gaven me ook de kans om mee te draaien in het unieke duurzame muziekevenement 'Recharge'. Uit deze ervaringen groeide dan ook de concrete idee achter dit onderzoek.

Verder wil ik Kunstencentrum België, Muziekodroom, Vooruit, Ancienne Belgique, De Munt, Het Depot, Trix, Kinky Star en 4AD bedanken voor hun enthousiasme, spontaniteit en vlotte samenwerking. De contacten met deze muziekpodia en kunstencentra hebben me niet alleen heel wat bijgebracht rond het thema ecologie, maar ook hoe het er achter de schermen van een concertwerking aan toe gaat. Muziekcentrum Vlaanderen wil ik bedanken voor de theoretische ondersteuning en LOCUS voor het mogen bijwonen van de Werkgroep Eco-centra.

Mijn vriend Quinten wil ik bedanken voor zijn geduld en lieve ondersteuning. Voorts wil ik ook Britt, Sanne, Dorine, Liesbeth en Katleen bedanken voor hun bemoediging en het verzorgen van meerdere ludieke noten. Ruth en Tessa, jullie ben ik uitermate dankbaar voor de redactionele ondersteuning. Tenslotte wil ik mijn ouders bedanken voor hun jarenlange morele en financiële steun en voor hun onvoorwaardelijke geloof in mijn kunnen.

Inleiding

Cultuur is de levensstijl van een samenleving.

P. J. Bouman

De huidige ecologische crisis is niet meer weg te denken uit onze hedendaagse samenleving. 'Klimaatsverandering' is geen onbekende term meer en wordt vrijwel door iedereen naar waarde geschat. Toch komen concrete actie en verandering maar traag op gang. De verantwoordelijkheid wordt voornamelijk bij grote actoren als overheid en industrie gelegd. De burger zelf daarentegen, lijkt de eigen rol in het klimaatsverhaal maar langzaam te beseffen. Vreemd, want er zijn schijnbaar genoeg signalen die wijzen op een noodzakelijke ommezwaai. Nog nooit smolt er zo veel poolijs, kende men in en buiten Europa sterke temperatuurswisselingen als nu en kreeg de derde wereld af te rekenen met natuurrampen van zulke omvang en intensiteit als tegenwoordig.

Wij mensen kunnen ons de fatalistische vraag stellen waarom we onze verantwoordelijkheid lijken te ontlopen en hoelang het nog zal duren tot onze planeet daadwerkelijk om zeep is geholpen. Maar misschien kan een positiever uitgangspunt meer teweeg brengen? Zoals: hoe we onszelf en anderen kunnen overtuigen om bepaalde aspecten van deze destructieve, kapitalistische levensstijl te veranderen. Hoe we mensen tot beweging kunnen aanzetten, bewust kunnen maken op een niet-profetische, maar realistische manier. Om verandering teweeg te brengen, moet een samenleving in haar fundament worden aangesproken. Dat fundament heet cultuur. Cultuur is datgene wat een samenleving eigen maakt en doet onderscheiden van andere samenlevingen. Cultuur is het geheel van waarden en normen dat leeft onder de mensen, van generatie op generatie wordt doorgegeven en de basis vormt voor nieuwe hoekstenen. Cultuur als levensstijl van een samenleving draagt dus ook een grote verantwoordelijkheid in het ecologische verhaal.

Het lijkt er op dat ook de kunstensector zichzelf steeds meer een rol ziet spelen in deze kwestie. Want als er iets is waar kunst en cultuur goed in zijn, dan is het de maatschappij uitdagen, mensen aanzetten tot nadenken en bestaande structuren in vraag stellen. Kunst en cultuur krijgen vaak het progressieve etiket opgekleefd en worden in tijden van verandering ingeschakeld als het medium bij uitstek dat adaptatie kan bewerkstelligen en versterken.

Men kan zich echter afvragen of de kunst- en cultuursector, naast het bewustmaken van de samenleving, misschien eerst de hand in eigen boezem dient te steken en een voorbeeld moet stellen voor anderen. Enerzijds kan cultuur stimuleren, uitdagen en beweging veroorzaken, anderzijds wordt de cultuursector zoals alle andere openbare sectoren gereguleerd op basis van structuren en beleidsregels. Zelf het goede voorbeeld geven en noodzakelijke veranderingen toepassen, lijkt dan ook een eerste voorwaarde om tot grootschalige verandering te komen.

Toch geloof ik als geen ander in de kracht van kunst en cultuur om het bewustzijn bij mensen te vergroten. In tijden van snelle en noodzakelijke veranderingen kan de kunstensector meer dan ooit haar brede maatschappelijke draagvlak en positie in de samenleving gebruiken om die ecologische omwenteling te ondersteunen en vooral, te versterken.

*Cultuur kan een instrument zijn om menswaardiger en socialer samen te leven.
Kunst zal de wereld niet redden, maar kunst en cultuur kunnen een verschil maken.*

Rik Pinxten

Onderzoeksopzet

Sustainability is the art of living well, within the ecological limits of a finite planet. Art is more than an instrument in this process. It's the nature of it.

Prof. Tim Jackson¹

Het thema ecologie is een 'hot item' in onze hedendaagse Westerse samenleving. Niet alleen op technologisch vlak staat men steeds vaker stil bij ecologische uitdagingen, tevens op het sociale niveau verwerft ecologie stilaan een plaats naast andere belangrijke maatschappelijke thema's. Ook in de kunstensector blijft men niet achter en wordt er gretig ingepikt op deze 'trend'. Steeds vaker vormt duurzaamheid het centrale thema voor evenementen en profileren kunstorganisaties zich als 'good practice', als voortrekker.

Een goede trend, zo lijkt. Onze samenleving heeft meer dan ooit behoefte aan een breed ecologisch draagvlak, één dat mensen aanzet effectief anders te gaan denken en handelen. De klimaatsverandering is dan ook een realiteit die zich steeds vaker opdringt en vraagt om onmiddellijke verandering. Waarschijnlijk is het net daarom een beetje een ongemakkelijk onderwerp; mensen voelen de noodzaak om snel tot actie over te gaan, maar de persoonlijke impact lijkt vaak klein en onduidelijk. De cultuursector pikt ook nu, met de ecologische ommezwaai, in op een moeilijk, maatschappelijk thema. Zo trachten ze enerzijds de angst en onzekerheid die rond de klimaatsverandering heersen, te verzachten, anderzijds deze om te buigen tot een collectief bewustzijn en concrete, individuele actie.

Toch worden er vragen gesteld rond deze plotse, ecologische betrokkenheid. Wat zijn de motieven om de groene kaart te trekken? Gaat het verder dan inspringen op een hype? Is het een manier om meer mensen te betrekken bij een evenement? Of mengt de kunstsector zich vanuit een bewuste, maatschappelijke betrokkenheid in het debat? Concreet wordt in deze masterproef de vraag gesteld aan de Vlaamse muzieksector, meerbepaald de Vlaamse muziekpodia. Als cultuurhuizen bekleden ook zij een positie in dit groene verhaal. De vraag is op welke manier zij omgaan met de groene wind die door hun sector waait en vanuit welke overtuiging.

¹ Julie's Bicycle and British Council, 2010

Deze masterproef wil een antwoord formuleren op de vraag: 'Duurzame muziekpodia: pure marketingstrategie of bewust engagement?' Aan de hand van kritische interviews wordt er zowel gepeild naar concrete duurzame maatregelen (van technische aanpassingen als zonnepanelen, betere isolatie,... tot herbruikbare bekens enz.) als naar een meer algemene visie op het thema ecologie en duurzaamheid binnen de muzieksector. Op deze manier wil ik te weten komen of er wordt gehandeld vanuit een bewuste attitude en maatschappelijke verantwoordelijkheid ten aanzien van deze thematiek of eerder vanuit economische en winstgevendende doeleinden. Zo kan ecologie als populair thema namelijk de winstmarge verhogen omdat het een groter en meer divers publiek naar de zalen lokt. Op die manier kunnen dus eerder economische doeleinden aan de grondslag liggen van een duurzamer beleid binnen een muziekorganisatie.

Concreet zullen een negental concertzalen worden bevroegd over heel Vlaanderen. Er wordt voor zowel grote als kleinere podia gekozen, vanuit de overtuiging dat verscheidenheid in grootte en programmatie ook tot uiting zal komen in een verschillende interpretatie en toepassing van het thema duurzaamheid. De bekomen informatie wordt uiteindelijk gekoppeld aan literatuur over eco-cultuur en –kunst in Vlaanderen en daarbuiten, cultureel activisme en uiteraard de beleidsmatige visie op de rol van ecologie in kunst en cultuur.

In het praktijkonderzoek komen festivals bewust niet aan bod. Zowel de korte festivalduur als de toegepaste infrastructuur verschillen te sterk met die van concertzalen. Bijgevolg baken ik het praktijkonderzoek af tot concertzalen in het Vlaamse cultuurlandschap.

Deze masterproef hoopt niet alleen de muzieksector een kritische spiegel te kunnen voorhouden, maar de sector ook bewust te maken van de noodzaak om zelf een 'duurzaam' duurzaam beleid te voeren en aan de hand van concrete tips en oplossingen die ecologische omschakeling te kunnen vergemakkelijken.

Cultuur en ecologie

1. De ecologische crisis

Ecologie betekent letterlijk de wetenschap (logos) van het huis (oikos), onze habitat: de wetenschap die het samenspel tussen organismen (planten, dieren, mensen) en hun leefomgeving behandelt. Door de ecologische crisis leeft meer dan ooit het besef dat de draagkracht van de aarde eindig is. Erkenning van de ecologische grenzen moet dan ook het uitgangspunt zijn om na te denken over een duurzame invulling van het 'goede' leven, vandaag en morgen.²

De laatste decennia werd de wereld geconfronteerd met de eindigheid, de voorwaardelijkheid van welvaart. Waar voordien natuur als manipuleerbaar werd beschouwd, beseft de mens vandaag de dag het gevolg van deze antropocentrische visie. Onze industrietoepassing, levensstijl en natuuropvatting uit het verleden komen tot uiting in de huidige ecologische crisis. Nog nooit werden er zo'n extreme temperatuurverschillen opgetekend als vandaag, overschreed de hoeveelheid CO₂ in de lucht de gezonde norm als in de laatste jaren en moest de mens afrekenen met natuurrampen aan een nog nooit eerder vastgestelde frequentie. De klimaatsverandering, de opwarming van de aarde, is een feit. Maar waar leggen we de oorzaak van deze crisis?

Volgens Greenpeace is de opwarming van de aarde een rechtstreeks gevolg van de industriële revolutie in de negentiende eeuw. Hier leerde de mens fossiele brandstoffen te verwerken tot energie, door middel van de net uitgevonden stoommachine. Nog altijd vormen olie, steenkool en gas de aandrijving voor onze huidige samenleving. Niet alleen omwille van hun toekomstige schaarste, maar vooral vanwege hun schadelijke neveneffecten, moet het gebruik van deze fossiele stoffen drastisch worden gereduceerd. Toch wanneer we de planeet aarde willen veilig stellen voor de toekomstige generaties.³

Daarnaast moet ook de ontbossing dringend halt worden toegeroepen. Het zijn namelijk de bossen en wouden die de longen van onze planeet vormen. Dagelijks filteren zij enorme hoeveelheden CO₂ en voorkomen ze op die manier een verdere opwarming van de aarde en een slechte luchtkwaliteit. Helaas is er enorm veel vraag naar hout en gebruiken we er meer

² De Greef, 2010, p. 3

³ "Problemen", Greenpeace Belgium, 2011

van dan zou mogen. Dit geldt echter voor alle natuurlijke grondstoffen: we gebruiken de natuurlijke rijkdommen sneller dan dat ze zich kunnen herstellen.⁴

Bovenstaand fenomeen wordt ook wel 'de ecologische voetafdruk' genoemd, het geschatte aardoppervlak dat nodig is om aan onze behoeften te voldoen.⁵ Rekeninghoudend met de beschikbare grondstoffen voor de hoeveelheid inwoners van de aarde, beschikt ieder mens over 1,8 globale hectare om zijn behoeftes in te vullen. In 2007 bedroeg de werkelijke ecologische voetafdruk echter 2,7 globale hectare per persoon. Wanneer we deze levensstandaard voortzetten, geraken de beschikbare grondstoffen na verloop van tijd volledig uitgeput.⁶ Het spreekt voor zich dat de mens zowel zijn energieverbruik drastisch moet verminderen, alsook op zoek moet gaan naar alternatieve energiebronnen zoals wind, zonlicht en water en technieken om deze om te zetten in milieuvriendelijke energie.

Enkele oplossingen voor de ecologische crisis zijn reeds aangehaald: een drastische vermindering van ons energieverbruik, het inruilen van fossiele brandstoffen voor alternatieve energievormen, het beschermen van natuurlijke grondstoffen en de ecologische voetafdruk per individu verkleinen. Toch is dit geen evidente opdracht. Het collectieve en individuele ecologische bewustzijn begint nu pas vorm te krijgen en vele nieuwe economische grootmachten vinden de eigen economische groei prioritair ten opzichte van de noodzakelijke groene veranderingen. Hun 'recht op expansie' gooit roet in het eten van menig klimaatsbijeenkoms t en van een internationaal bindend politiek akkoord.

*The rapidly-growing emerging economies must also find a new model for growth – one that allows them to continue to improve the well-being of their citizens in ways that the Earth can actually sustain.*⁷

Dit mag echter geen reden zijn tot stilstand en machteloos toekijken. Het is eerst en vooral belangrijk dat ieder individu bewust is van zijn persoonlijk aandeel in de problematiek. Zeker zo belangrijk is dat men weet hoe de levensstijl te veranderen in een meer groene, duurzame manier van leven. Zeer concrete, eenvoudige aanpassingen kennen namelijk directe en positieve gevolgen. Zo kan iedereen er bv. voor zorgen dat de gloeilampen in de

⁴ "De ecologische voetafdruk", WWF Belgium, 2010

⁵ Idem

⁶ Idem

⁷ Leape, 2010, p. 4

huiskamer worden vervangen door spaarlampen. Een kleine moeite en investering met een immens effect op globaal niveau. Een bewustmaking van deze eenvoudige mogelijkheden, is dan ook een eerste stap in de goede richting.

Niet alleen de politiek heeft een verantwoordelijkheid op te nemen naar haar burgers toe, ook organisaties en bekende personen kunnen een voorbeeldfunctie vervullen. Een ecologisch bewustzijn is een eerste noodzakelijkheid, daarna volgt noodgedwongen concrete actie en grootschalige verandering. Eind 2012 loopt het Kyoto-protocol af, dat is het akkoord waarin de geïndustrialiseerde landen duidelijke doelstellingen voorop stellen om de uitstoot van broeikasgassen terug te dringen.⁸ Tot een vervolgakkoord komen, op basis van de mislukte overeenkomsten uit de klimaatop van Kopenhagen (2010) en bijeenkomsten in Mexico (2010) en Bonn (2011), zal niet eenvoudig worden. Onder meer de steun van de Verenigde Staten, die het Kyoto verdrag niet ondersteunen, zal bepalend zijn voor de concrete draagkracht van de nieuwe overeenkomst. Dat iedereen aan hetzelfde zeel moet trekken vooraleer er echte, duurzame verandering kan plaatsvinden, is dan ook een basisvereiste voor de slaagkansen van het volgend akkoord. Zolang dit niet meteen staat te gebeuren, blijft een bindend klimaatverdrag met concrete doelstellingen en reglementeringen een utopie.

De maatregelen die we moeten nemen, zijn in de eerste plaats een kwestie van gezond verstand. Enerzijds moeten we energie efficiënter verbruiken en anderzijds moeten we de verbranding van fossiele brandstoffen – de belangrijkste oorzaak van CO₂-uitstoot uit menselijk handelen – aan banden leggen. Zo ligt de weg open voor de ontwikkeling van hernieuwbare en duurzame energie.⁹

⁸ "Internationale klimaatsonderhandelingen", Greenpeace Belgium, 2011

⁹ "Oplossingen", Greenpeace Belgium, 2010

2. Cultureel activisme

Inleiding

In een tijdperk van globalisering, populisme, hyperkapitalisme, migratie, de oorlog tegen terreur en de opwarming van de aarde, is het engagement van de kunstenaar broodnodig.¹⁰

Het is moeilijk een eenduidige definitie van cultureel activisme te geven. Voor velen verschilt namelijk de draagkracht van artistieke actie. Vragen als ‘Wat bereikt cultureel activisme?’, ‘Is er nog wel sprake van cultureel activisme in stabiele, democratische landen?’ en ‘Heeft cultureel activisme überhaupt wel zin?’ dringen zich in en buiten de cultuursector op. Het is dan ook een discussie die sterk leeft in onze huidige, Westerse samenleving. Sommige cultuurcritici zijn van mening dat kunstenaars en de kunstensector te weinig verantwoordelijkheid nemen ten opzichte van politieke en maatschappelijk thema’s, anderen vinden dan weer dat de politieke en maatschappelijke beweegmogelijkheden van kunst serieus worden overschat.

In dit hoofdstuk wordt er eerst gekeken naar wat cultureel activisme juist inhoudt, om dan verder in het hoofdstuk de pro- en contra-argumenten rond de rol en de kracht van culturele actie van naderbij te bekijken.

Cultureel activisme als begrip

Dat cultuur meerdere maatschappelijke functies vervult, is algemeen geweten. Men kan onder cultuur twee hoofdfuncties onderscheiden: die van plezier en ontspanning en daarnaast, het versterken van de burgerschapszin.¹¹ De laatste functie omvat onder meer het maatschappelijk activisme dat door kunst en cultuur kan worden gerealiseerd en versterkt. Dit soort activisme activeert letterlijk zijn publiek, de burgers van een maatschappij. Het wil mensen wakker schudden rond prangende thema’s waaronder ecologische duurzaamheid, ze verder aan het denken zetten en hun handelen concreet veranderen.

¹⁰ De Cauter, 2011, p. 6

¹¹ Gatz, 2011, p. 45

Cultureel activisme is een breed begrip en omvat verschillende soorten van actie voeren. Activistische kunst is er daar één van. Het is kunst met een activerende waarde, kunst die mensen aan het denken wil zetten over bepaalde maatschappelijke thema's, vaak op een eerder choquerende wijze. Activistische kunst kenmerkt zich vaak als 'kritiek op de bestaande orde', het zich afzetten tegen de dominante maatschappelijke ideologie. Deze kunstvorm draagt dus een morele boodschap met zich mee, hoewel de soort moraliteit heel uiteenlopend kan zijn.

In *Oxford English Dictionary* vinden we volgende definitie terug van 'activism':
*The use of vigorous campaigning to bring about political or social change.*¹²

Van Dale online woordenboek beschrijft 'activisme' als volgt:

*Het streven om een idee uit te dragen door bedrijvige werkzaamheid.*¹³

Beide belichten het verspreiden van ideeën om tot actie, verandering te komen. De term activisme is dan ook rechtstreeks gerelateerd aan het woord actie. Activisme wordt echter voornamelijk bekeken vanuit een sociale of politieke context. Daarom is het belangrijk om bij 'cultureel activisme' te gaan kijken naar wat men juist bedoelt met cultuur en welke doelstellingen cultureel activisme voor ogen houdt.

Een eenduidige cultuurdefinitie geven, is echter niet zo eenvoudig. Cultuur dekt namelijk een antropologische én artistieke lading. Enerzijds staat cultuur voor het geheel van waarden en normen van een samenleving, anderzijds verwijst men met cultuur naar het artistieke erfgoed van een maatschappij. Een zeer ruime, eerder antropologische visie op cultuur, is die van UNESCO¹⁴:

Culture should be regarded as the set of distinctive spiritual, material, intellectual and emotional features of society or a social group, and (...) it encompasses, in addition to art and literature, lifestyles, ways of living together, value systems, traditions and beliefs."¹⁵

In deze masterproef wordt er echter voornamelijk gefocust op de organisatorische kant van cultureel activisme, vermits het praktijkonderzoek zich richt op de Vlaamse culturele sector.

¹² "Activism", Oxford Dictionaries, 2011

¹³ "Activisme", Van Dale, 2010

¹⁴ UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

¹⁵ The Trapese Collective, 2007, p. 173

Vandaar dat in deze masterproef voornamelijk de artistieke cultuurdefinitie wordt gehanteerd.

De artistieke invulling van cultuur heeft andere uitgangspunten. Vaak zijn de verschillen in definitie te wijten aan de functie die men aan cultuur geeft binnen een bepaalde samenleving. Zo is een cultuurvisie vaak politiek gekleurd en verschilt ze afhankelijk van het land of de maatschappelijke cultuur waarin ze bestaat. In het huidige Vlaamse cultuurbeleid wordt cultuur als volgt omschreven:

Cultuur, in de meest brede zin van het woord, is een onvervreemdbaar deel van gemeenschap en samenleving. Cultuur en cultuuruitingen geven vorm aan gemeenschap en individu en dragen bij tot het (fysieke en psychische) welzijn van het individu in die gemeenschap. Dankzij de deelname en de inbedding in het culturele proces en gebeuren worden individuen actieve burgers, wordt de gemeenschap verrijkt, en worden burgers uitgedaagd om mee gestalte te geven aan de samenleving. Er moet niet verdedigd worden dat er cultuur moet zijn, cultuur IS.¹⁶

Wanneer de twee begrippen cultuur en activisme worden samengebracht, is het duidelijk dat in het begrip cultureel activisme, cultuur het 'middel' is om tot politieke en sociale verandering, 'het doel', te komen. De actiecomponent die leidt tot die verandering, is de culturele activiteit.

Volgens Jennifer Verson¹⁷ is cultureel activisme een belangrijk tot zelfs noodzakelijk instrument om aan onze dominante manier van waarnemen te ontsnappen en alternatieve realiteitsvisies mogelijk te maken. Cultureel activisme uit zich in concrete actie, die tracht de controle over de betekenissystemen, waarden en normen, overtuigingen, kunst en literatuur, ... van een maatschappij terug te winnen.¹⁸

Voor Verson kan cultureel activisme bekomen worden aan de hand van vier noodzakelijke factoren: een opstandige verbeeldingskracht, dialoog en interactie, gemeenschap, concrete actie en campagnevoering en het geloof in verandering.¹⁹

1. Opstandige verbeeldingskracht maakt de kern uit van het cultureel activisme. Het is het vermogen om te luisteren naar vernieuwende ideeën en bestaande dogma's in vraag te stellen. Het is het stemmetje in ons hoofd dat doet dromen over andere idealen en nieuwe

¹⁶ Memorandum CSJM, 2009-2014, p. 12

¹⁷ Jennifer Verson is een performance activiste uit de Verenigde Staten die opleidingen geeft rond cultureel activistisch theater. Zij schreef voor *Do it yourself: how to change our world* het hoofdstuk 'Why we need cultural activism'.

¹⁸ The Trapeze Collective, 2007, p. 173

¹⁹ Idem

mogelijkheden. Cultureel activisme begint met het toegeven aan die innerlijke stem, dat ene nieuwe idee. Het is de stuwende kracht die gebaseerd is op het geloof in verandering en optimisme. Het spreekt dan ook voor zich dat deze factor noodzakelijk is in het ontstaan van een culturele actie.²⁰

2. Daarnaast moet er ook sprake zijn van **dialoog en interactie**. Cultureel activisme haalt haar kracht uit samenwerking en interactie. In tegenstelling tot andere vormen van campagnevoering, maakt men bij cultureel activisme niet gebruik van eenzijdige monologen, speechen en propaganda. Men wil net vanuit mensen zelf en vanuit samenwerking tot concrete actie en verandering komen. 3. **Campagnevoering** en **actie** zijn echter enkel mogelijk wanneer er geen sprake is van censuur en men bijgevolg voldoende vrijheid kent. Dat wil zeggen dat het dagdagelijkse consumentisme, kapitalisme en dwang van zich af moet worden geschud, wil men voldoende ruimte en vrijheid hebben voor levenslust, verbintenis, het delen van informatie en, uiteindelijk, verandering.²¹

4. Tenslotte moet er een **geloof in verandering** zijn, wil men effectief verandering teweeg kunnen brengen. Men moet geloven in de individuele kracht om tot een omwenteling te komen. Iedereen kan bijdragen tot verandering, alleen moet de overtuiging van dat persoonlijke aandeel aanwezig zijn. Vernon verwijst naar de *Butterfly effect*-metafoor, een term uit de chaostheorie van Edward Lorenz, die zegt dat de vleugels van een vlinder bv. in Brazilië maanden later een tornado in Texas zouden kunnen veroorzaken.²² Wat wil zeggen dat kleine veranderingen in een bepaald systeem grote gevolgen kunnen hebben.²³

In *Art And Activism In The Age Of Globalization* linkt Lieven De Cauter cultureel activisme aan subversiviteit. Subversiviteit in zijn pure betekenis van 'het systeem omverwerpen', wordt nog vaak geassocieerd met cultureel activisme. Ten onrechte, zo vindt de auteur.²⁴ Onze hedendaagse, Westerse samenleving maakt subversie namelijk zo goed als onmogelijk. Subversieve acties die enkel en alleen gericht zijn op het ondermijnen van de bestaande orde, missen hun doel in deze huidige complexe samenleving. Juist omdat een democratische maatschappij subversiviteit als normaal beschouwt. Net daarom moet subversiviteit plaatsmaken voor constructieve culturele actie.

²⁰ The Trapese Collective, 2007, p. 175

²¹ Idem, p. 176

²² "Butterfly effect", Wikipedia Free Encyclopedia, 2011

²³ The Trapese Collective, 2007, p. 177

²⁴ De Cauter, 2011, p. 9

Artists and intellectuals have to change gear and turn the tables in response: from the spirit of negation tot a practice of affirmative civic protest, in short, from subversion to activism.²⁵
Lieven De Caeter, 2011

Cultureel activisme is dus een subtielere vorm van actie die niet repressief wil zijn tegenover alles wat met de dominante ideologie kan worden geassocieerd. Het is een vorm van protest die op een democratische manier tot verandering wil komen, weliswaar door bepaalde elementen van de samenleving op een originele, creatieve manier in vraag te stellen.

Cultureel activisme in de kunst

Beeldende kunsten



©Banksy - Crayon Boy (afbeelding 1)

De wortels van het beeldend cultureel activisme liggen in de eeuwenoude traditie van muurschilderingen. In de prehistorie waren muurschilderingen een zeer belangrijke communicatievorm omdat men nog niet over het schrift beschikte. Ook in de Egyptische en Romeinse tijd werd de praktijk veelvuldig toegepast, onder de vorm van secco's (droge schilderingen) en later fresco's (natte schilderingen).²⁶ De kunstvorm kreeg haar expliciet cultureel activistisch karakter begin vorige eeuw, voornamelijk in Latijns-Amerikaanse landen als Mexico, met artiesten als *Diego Rivera*. Deze kunstenaar beschilderde openbare gebouwen met het oog op de Mexicaanse revolutie. Zijn kleurrijke fresco's waren een aanklacht tegen de toenmalige Mexicaanse maatschappij.²⁷ De Mexicaanse muurschilders

²⁵ De Caeter, 2011, p. 16

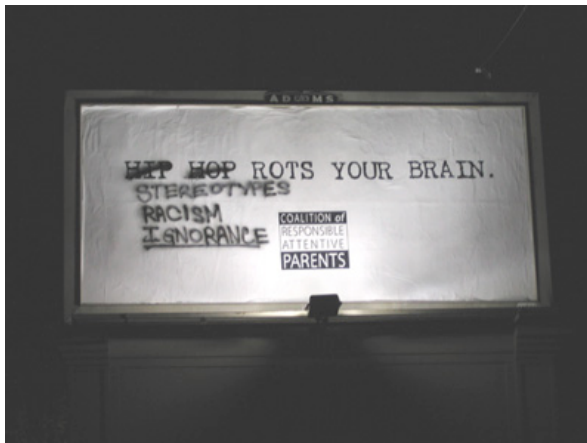
²⁶ "Muurschildering", Wikipedia de vrije encyclopedie, 2011

²⁷ "Diego Rivera", Art Encyclopaedia Britannica, 2011

gebruikten deze schilderijen enerzijds om mensen uit Mexico te onderwijzen over hun geschiedenis, anderzijds wilden ze via deze weg mensen verenigen, een identiteit geven en ze belangrijke maatschappelijke thema's bijbrengen.²⁸

De erfenis van de Mexicaanse muurschilders heeft nu nog een grote invloed op artiesten in Amerika, Europa en Rusland. Artiesten als *Banksy* (afb. 1) gebruiken 'de straatmuur' als cultureel actiemedium en verwerken in hun schilderijen vaak politieke en actuele thema's met afbeeldingen en graffiti.

Vaak gaat het om een vorm van antikapitalisme die gebruik maakt van de dominante cultuur om haar *statements* kracht bij te zetten. Denk maar aan de talrijke graffiti-uitingen (zoals sjablonen en stickers) op verkeersborden, reclameborden, verlichtingspalen. Doel van dit soort acties is de dominante cultuuruitingen ontwrichten, vandaar de term '*subvertising*' (afb. 2).²⁹ Muurschilderingen eisen de publieke ruimte op en gebruiken deze om conflicten en gebeurtenissen in de samenleving te vertellen en te verwerken. Voor muurschilders is de straatmuur een publieke ruimte en daarom ook het medium bij uitstek waar mensen gedachten en gevoelens met elkaar kunnen uitwisselen. Muurschilderingen zijn misschien wel de meest zichtbare vorm van cultureel activisme en zijn bijgevolg een efficiënte manier om mensen in de straat te confronteren met bepaalde thema's.



© UC Hip Hop (afbeelding 2)

²⁸ The Trapeze Collective, 2007, p. 178

²⁹ Idem

Politiek theater

Theater heeft altijd een politieke dimensie gekend en was doorheen de geschiedenis een spreekbuis voor zowel politieke ideeën als politieke weerstand.

Het is sinds Augusto Boal, een Braziliaans theatermaker die in 1975 zijn bekende boek 'Theatre Of The Oppressed' schreef, dat politiek theater een wijdverspreide emanciperende waarde kreeg. Het boek van Boal legt onder andere de basis voor het forumtheater en het vormingstheater. 'Theatre of the oppressed' wil mensen betrekken in het toneelspel en is gebaseerd op interactie met het publiek. In tegenstelling tot het klassiek theater, waar het publiek enkel observeert en niet interageert, wil dit soort politiek theater net wel haar publiek betrekken bij het spel. Toeschouwers mogen ook ingrijpen in het stuk en achteraf wordt er uitvoerig gediscussieerd over de inhoud.³⁰

Een specifieke vorm van politiek theater is 'forumtheater', waar oorspronkelijk slachtoffers van politieke discriminatie via theater werden geholpen in het zoeken naar oplossingen voor hun problemen.³¹ Vandaar ook 'Theatre Of The Oppressed'. In forumtheater speelt men een bepaalde probleemsituatie na en reconstrueert men zo de werkelijkheid. Dit proces biedt de mogelijkheid om de probleemsituatie te bekijken van op een afstand en ze dus in een veilige context te verwerken. Forumtheater heeft echter voornamelijk als doel het bedenken van praktische oplossingen voor 'The Oppressed'.

Een voorbeeld van hedendaags politiek theater is 'vormingstheater'. DBNL definieert dit soort theater als volgt:

Vormingstoneel is een didactische en geëngageerde toneelvorm, ontstaan aan het eind van de jaren '60 uit verzet tegen het repertoiretoneel, met als doel het publiek politiek en sociaal bewust te maken. (...) Het publiek wordt vaak in een voorbespreking of in de inleiding op het stuk zelf uitgenodigd commentaar te leveren en er wordt gelegenheid gegeven tot discussie achteraf. Op grond van deze publieksinbreng kan het stuk worden bijgesteld.³²

Het vormingstheater kent in huidig Vlaanderen voornamelijk bekendheid in de vorm van sociaal-artistiek theater. Hier trachten gezelschappen theater te maken met specifieke doelgroepen, vaak kansengroepen die geen aansluiting vinden bij het reguliere culturaanbod. Door samen met de doelgroep in kwestie te werken aan een voorstelling en er sociale, maatschappelijke, uit het leven gegrepen thema's in te verwerken, heeft theater op die manier niet enkel een artistieke waarde, maar ook een bevrijdend en emanciperend

³⁰ "Theatre Of The Oppressed", Theatre Of The Oppressed Organisation, 2011

³¹ "Forum Theater", Prosolva, 2008

³² "Vormingstoneel", DBNL, 2002

effect.

Het spreekt voor zich dat politiek theater niet enkel mensen wil vermaken, maar het vooral een podium wil zijn waarop men dat wat in en tussen mensen leeft kan delen met anderen. Door mensen een stem te geven, hun persoonlijk verhaal te verwerken in iets tastbaar en concreet, bied je hen een alternatieve manier om met moeilijkere levensthema's om te gaan. Politiek theater emancipeert niet enkel haar publiek, het heeft ook een bevrijdend en therapeutisch effect voor diegenen die het spelen. Het is dan ook een soort van catharsis.

Cultureel activisme als therapie

Dat cultuur een relativerende en zelfs therapeutische waarde heeft voor zowel maker als publiek, blijkt onder andere uit bovenstaande cultuurvormen als sociaal-artistiek theater. Kunstenaars allerhande kunnen dankzij hun creativiteit thema's uit de realiteit, soms letterlijk, verwerken. Kunst kan als geen ander dagdagelijkse alsook complexere problemen verzachten. Uiteraard gaat er vanuit kunst en cultuur ook een sterke interesse uit naar contexten van sterke verandering. Denk alleen maar aan avant-garde kunst die steunt op de notie 'verandering' en 'anders zijn'. Kunst kan mensen niet alleen dwingen tot confrontatie en reflectie, het kan ook dienen als 'pleister op de wonde', of noem het 'rauwe realiteit'. Het is omwille van hun creatieve expertise dat culturele actoren uitermate geschikt zijn om als volkstherapeut op te treden.³³ Ze zijn namelijk als geen ander in staat om mensen met onzekerheden te leren omgaan en ze te laten nadenken over de toekomst.³⁴

In *Too Active To Act*, een publicatie uit 2010 van het Nederlandse onderzoeksbureau BAVO³⁵, wordt de therapeutische eigenschap van cultuur onder de loep genomen. Een cultureel therapeut is volgens datzelfde boek: "Een afscheidsbegeleider die de geaffecteerde individuen en groepen helpt om te gaan met de voortdurende creatieve destructie waaraan de leefomgeving wordt onderworpen als gevolg van de steeds sneller gaande moderniseringscycli."³⁶ De modernisering biedt nu eenmaal veel uitdagingen aan de hedendaagse mens. Met vraagstukken rond bv. de integratieproblematiek, economie en de

³³ BAVO, 2010, p. 53

³⁴ "Atelier Eco-cultuur", 2010, p. 3.

³⁵ BAVO is een Nederlands onderzoeksbureau dat zich toespitst op de politieke dimensie van kunst, architectuur en planning

³⁶ BAVO, 2010, p. 52

ecologische crisis kunnen culturele actoren een belangrijke rol spelen als katalysator. Het zijn instanties die hun creativiteit gebruiken om de spanning die gepaard gaat met eerder genoemde maatschappelijke vraagstukken te reduceren. Volgens Too Active To Act kunnen kunst en cultuur een maatschappij niet veranderen, ze kunnen de negatieve sociale veranderingen enkel op een creatieve manier proberen te verlichten.³⁷

Science itself changes nothing. To become a transitional society requires more than policy. The real change must be cultural. *William Shaw, 2010*³⁸

De Franse cultuursocioloog Pierre Bourdieu benoemt niet voor niets ons huidig maatschappelijk systeem als een 'schizofrene identiteit'.³⁹ Hij spreekt over de rechter- en linkerhand van een samenleving, waarbij de rechterhand de economische en financiële actoren zijn, de reële machthebbers, en de linkerhand de socio-culturele sectoren. De linkerhand leert de bevolking omgaan met de soms harde beslissingen die aan de rechterkant worden genomen. De linkerhand reduceert de spanningen die de rechterhand veroorzaken. Cultuur, aldus *BAVO*, bestendigt de emotionele stabiliteit van een bevolking.⁴⁰

Cultureel activisme vandaag

In een maatschappij die verziekt is door consumptie, eindeloze economische groei en wereldwijd sociaal onrecht, lijken de kunstenaars voor wie non-conformisme geen pose is maar een noodzaak, een zeldzaam specimen geworden te zijn. Net nu er zo'n hoge nood is aan protest en omwenteling, aan het afwerpen van onze oude paradigma's en het verpoppen tot een nieuwe samenleving, zit de halve kunstwereld nog steeds in een bad vol verwondering naar zijn navel te staren.⁴¹

Toch is niet iedereen overtuigd van de kracht van cultureel activisme. Het lijkt er op dat cultureel activisme in haar oorspronkelijke betekenis wordt verworpen en moet plaatsmaken voor nieuwe, actuele definities. Of zelfs sterker nog: het lijkt erop dat sommigen hun geloof erin dreigen te verliezen.

³⁷ BAVO, 2010, p. 73

³⁸ Shaw, 2010

³⁹ BAVO, 2010, p. 55

⁴⁰ BAVO, 2010, p. 53

⁴¹ Peeters, 2010

Zinvol?

*Wees realistisch, doe het mogelijke!*⁴²

In *Too Active To Act* wordt er een kritische blik geworpen op het cultureel activisme in de hedendaagse samenleving. Hoe doeltreffend is dit soort activisme en heeft het werkelijk een emanciperend, veranderend effect? Deze vragen vormen de leidraad van het boek, dat een bundeling is van essays, gesprekken uit colloquia en praktijkvoorbeelden uit voornamelijk Nederland en België.

Het boek toont aan hoe moeilijk het is om in samenlevingen met een overwegend democratisch en progressief karakter aan cultureel activisme te doen. Men wil namelijk provoceren en wakker schudden, alleen bekommt men dat effect net niet wanneer provocatie 'normaal' en aanvaard is. Het beeld van een kunstenaar als vrijheidsstrijder is bij iedereen bekend. Het is iemand die een onmenselijke gedaante wil aannemen en onorthodoxe middelen en strategieën wil gebruiken in functie van zijn politieke idealen.⁴³

Toch is de manier waarop men de actie vorm geeft, zeer belangrijk. Het blijkt namelijk meer en meer dat niet elke vorm van kritiek het gewenste effect bekommt. Zo kenden we in de jaren zestig, zeventig en tachtig voornamelijk emancipatorische kunstinitiatieven die zich aansloten bij de underdog en trachtten hun hachelijke situatie aan te kaarten. Hoewel dit soort culturele, artistieke acties oorspronkelijk het leven zagen als rebelse initiatieven, werden ze na verloop van tijd ingebedde bewegingen die op een meer bescheiden manier structureel te werk gingen. Dergelijk 'feelgoodactivisme' overheerst niet alleen in de huidige sociale sector, het heeft ook de culturele sector in haar bezit. Zo scoort men voornamelijk voor eigen publiek en worden er zaken aangekaart waar men hoe dan ook tegen gekant is.

Actie heeft dan ook geen zin wanneer het enkel gelijkgestemde zielen bereikt en zich beperkt tot het aanspreken van bepaalde elites. Culturele actie moet anderen ervan overtuigen dat het dominante paradigma waarvan zij deel uitmaken, onderdrukkend is. Enkel wanneer het deze anderen kan overtuigen, heeft culturele actie zin.⁴⁴ Om dit te kunnen doen, moet kunst zich losmaken van zijn vertrouwde context; musea, podia,

⁴² BAVO, 2010, p. 78

⁴³ BAVO, 2010, p. 151-152

⁴⁴ De Cauter, 2011, p. 312

festivals, ... De plaats waar culturele actie zich moet manifesteren is niet langer binnen de vertrouwde culturele context, maar daar waar beslissingen en onderhandelingen plaatsvinden, namelijk de straat, de media en zelfs op religieuze plaatsen.⁴⁵

Een voorbeeld van zinvolle culturele actie is het zogenaamde 'progressief cultureel geweld' of 'het zich identificeren met de bestaande orde, maar met behoud van een andere ingesteldheid'.⁴⁶ Door van binnenuit het systeem te opereren, voorkom je als cultureel activist buitenspel te worden gezet omdat je als fundamenteel kritisch afgestempeld wordt. De vraag is dan ook of engagement op die manier wel zinvol is?

In plaats van zich buiten de bestaande orde te plaatsen, moeten culturele actoren zich zonder reserves inbedden in de huidige orde van het einde van de geschiedenis. Zij moeten de dominante logica van representatieve democratie en vrije markt op totale wijze assimileren, en vanuit deze radicale binnenpositie hun voor- en tegenstanders confronteren met hun niet-onderkende gehechtheid aan deze principes alsook hun al te fatalistische houding tegenover de mogelijkheid van fundamentele verandering.⁴⁷

Cultureel activisme betekent in deze zin 'verzet van binnenuit', het confronteren van de heersende orde met zichzelf, haar beperkingen, contradicties en onrechtvaardigheden. Een voorbeeld hiervan is de Oostenrijkse Big Brother Show uit 2000 van theatermaker Christoph Schlingensiefel⁴⁸. Hij wilde met de actie 'Bitte liebt Österreich' de extreemrechtse verkiezingsoverwinning van Jörg Haider veroordelen. Zijn Big Brother Show was een performance met asielzoekers als deelnemers. Zij moesten het Oostenrijks publiek zo goed mogelijk behagen om zo te voorkomen dat ze werden weggestemd uit het huis. De winnaar verkreeg het Oostenrijks staatsburgerschap.⁴⁹ De actie, die plaatsvond in containers voor het Weens Burgtheater, was vierentwintig uur per dag te volgen op het internet. Op de spandoek boven de containers prijkte de slogan 'Buitenlanders eruit!' en gedurende de actie werden voortdurende politieke toespraken van Haider door luidsprekers afgespeeld.

Deze actie wou de samenleving een spiegel voorhouden en de huidige maatschappelijke toestand rechtstreeks bekritisieren. De manier waarop men vroeger aan culturele actie deed, werd zo uit de weg gegaan.

⁴⁵ De Cauter, 2011, p. 312

⁴⁶ BAVO, 2010, p. 151-152

⁴⁷ Idem, p. 155-156

⁴⁸ Idem

⁴⁹ Idem, p. 153

In tegenstelling tot het uiten van regelrechte kritiek, wilde men de wantoestand impliciet aanklagen door het portretteren van die wantoestand zelf. 'Verzet van binnenuit' moet weliswaar sterk inbinden op het vlak van kritiek en principes, het leidt wel tot een diepgaandere provocatie en daagt op die manier alle kampen uit tot reflectie.⁵⁰ In de Big Brother Show werd ook het 'linkse kamp' geconfronteerd met haar tekortkomingen. De show wou namelijk niet alleen de xenofobe maatschappijgeest weerspiegelen, het was ook een aanval op de machteloosheid en het onvermogen van de progressieven om iets aan de migratie- en asielproblematiek te veranderen; een immobiliteit die ze de laatste jaren zelf hadden veroorzaakt én versterkt door enkel voor eigen publiek te willen scoren.⁵¹ Hoewel verzet van buitenaf, rechtstreekse kritiek, zijn kritisch vermogen behoudt, is het gedoemd tot machteloosheid, juist omdat het zo ver staat van de heersende orde en diezelfde orde het dus als niet relevant beschouwt.

De culturele actoren worden hier voor een onmogelijke keuze geplaatst vergelijkbaar met de befaamde keuze: Je geld of je leven! ... als de culturele actor reële macht wil kunnen uitoefenen op de bestaande maatschappij dan moet hij zijn kritiek sterk afwateren, maar dan rijst de vraag of zijn inspanningen kunnen leiden tot zinvolle verandering. Blijft hij echter volharden in zijn fundamentele kritiek, dan komt hij geheel buitenspel te staan in de samenleving, zodat ook hier vragen kunnen worden gesteld over de zinvolheid van zijn engagement.⁵²

Toch is dit een eerder vals dilemma. De Big Brother Show van Schlingensief toont namelijk aan dat culturele actie wel een zinvol, kritisch effect kan bekomen wanneer men van binnenuit het systeem opereert. Sterker nog, zelfs wanneer men zich helemaal identificeert met die bestaande orde. Zinvolle culturele actie is verzet van binnenuit, waarbij men zich inbedt in de bestaande orde, maar met een andere ingesteldheid. Culturele actie mag niet ontstaan vanuit de intentie de ander te confronteren met zijn gebreken of te trachten deze gebreken op te vullen. Culturele actie is het inzetten van de eigen creatieve expertise om het project van de tegenstander nog harder en consequenter door te voeren dan deze zelf bereid is te doen.⁵³

De draagwijdte van culturele actie kan echter worden gerelativeerd. Wanneer kunst namelijk de dominante macht wil uitdagen, moet het eerst en vooral beseffen dat het enkel dat kan uitdagen, waarvan het deel uitmaakt, namelijk de culturele macht.⁵⁴ 'Culturele

⁵⁰ BAVO, 2010, p. 153-154

⁵¹ Idem, p. 154

⁵² Idem

⁵³ Idem, p. 155

⁵⁴ De Cauter, 2011, p. 311-313

macht' wordt door Gie Goris omschreven als: "The power to define the proper terms in which we should understand the chaos we live in, the power to accept or reject values, positions, behaviour, the power to legitimize or delegitimize authority."⁵⁵

Volgens BAVO is er vandaag, meer dan ooit, behoefte aan bovenstaande vormen van cultureel activisme. Culturele actoren moeten de heersende logica van representatieve democratie en vrije markt volledig verinnerlijken. Op deze manier kunnen ze hun voor- en tegenstanders confronteren met hun afhankelijkheid van deze principes en vooral, met hun fatalistische houding tegenover de mogelijkheid van fundamentele verandering.⁵⁶

De taak van kunst en cultuur moet dus niet bestaan uit het illustreren en becommentariëren van theoretische analyses, maar is gericht op het zoeken naar nieuwe mogelijkheden, nieuwe inzichten en onverwachte perspectieven die deze analyses noodzakelijk achten. Kunst moet zich met andere woorden mengen in het maatschappelijk debat, vanuit welonderbouwde analyses en kennis van maatschappelijke thema's en vanuit de expertise om creatief naar oplossingen te zoeken.⁵⁷

3. Cultureel activisme in de cultuursector

Toch hebben we meer dan ooit nood aan actie en lef. Ecologische kunst – wat dat dan ook moge zijn – kan interessant zijn maar zet weinig zoden aan de dijk. (...) De kunstensector heeft in deze problematiek een belangrijke taak te vervullen: niet alleen dient hij zichzelf te herorganiseren en ondubbelzinnig actie te ondernemen, hij kan ook bijdragen aan het bewustmakingsproces. *Karel Vanhaesebrouck en Eva Peeters, 2009*⁵⁸

Cultureel activisme leeft niet alleen bij kunstenaars, maar ook bij culturele organisaties. Ook kunstencentra of –organisaties kunnen standpunten innemen rond maatschappelijke thema's en het publieke debat aangaan. Als deel van de publieke ruimte lijken zij als geen ander geschikt om mensen bij elkaar te brengen rond maatschappelijke onderwerpen. Vermits zij belangrijke vertegenwoordigers zijn binnen die openbare ruimte, hebben culturele spelers enerzijds de taak belangrijke maatschappelijke thema's onder de mensen te brengen en anderzijds ook ontmoetingen tussen mensen mogelijk te maken. Wanneer we

⁵⁵ De Cauter, 2011, p. 311-313

⁵⁶ BAVO, 2010, p. 156

⁵⁷ De Cauter, 2011. p. 313

⁵⁸ Vanhaesebrouck & Peeters, 2009

de cultureel activistische theorie van Jennifer Verson doortrekken naar culturele organisaties, dan moeten deze het bewustzijn en de verbeeldingskracht van mensen verruimen, waar ze het vermogen hebben om dialoog en interactie tussen mensen te creëren en ze rond bepaalde thema's samen te brengen. Daarnaast hebben culturele organisaties ook een sensibiliserende functie, ze vergroten niet alleen het bewustzijn van hun publiek, ze kunnen ook het geloof in verandering versterken.

Misschien bieden niet alle culturele organisaties een eigen publieke ruimte aan, ze opereren er wel in. Iedere organisatie, klein of groot, bekleedt als instituut al dan niet bewust een positie in de publieke ruimte. Net daarom wordt van hen verwacht deel te nemen aan publieke, maatschappelijke discussies. Culturele organisaties werken met een publiek en hebben dus een publieke functie.

Vaak zijn culturele organisaties de brug tussen kunstenaar en publiek en bepalen ze de manier waarop er met een bepaald kunstwerk wordt omgegaan. Kunstenaars kunnen activistisch werken, grote effecten bekomen ze niet bij hun publiek tenzij hun boodschap institutioneel wordt versterkt. Een kunst- of cultuurorganisatie kan dus ook een versterkend effect teweeg brengen.

Institutions shouldn't just be looking to their carbon footprints, they should be looking to see how they can contextualise this cultural shift with what they show their audiences – whatever the artform. It is up to the curators, directors and art directors to take on this role. In this coming era, we urgently need events, exhibitions and festivals that make us feel more deeply about the change taking place around us – and we need them to find new audiences for those explorations too. *William Shaw, 2010*⁵⁹

Volgens William Shaw, hoofdredacteur van de Engelse website Arts and Ecology, een organisatie die Britse kunstenaars wil begeleiden rond ecologische vraagstukken, moeten kunstorganisaties meer doen dan enkel bezig zijn met hoe ze zelf als organisatie handelen. De invloed die ze kunnen uitoefenen op hun publiek is veel belangrijker. Culturele organisaties schijnen zich als eerder onafhankelijk instituut te willen profileren. Het feit dat culturele organisaties deels gebonden zijn aan financiële ondersteuning van de overheid, kan natuurlijk hun neutraliteit voor een stuk verklaren. Een andere verklaring kan zijn dat zaken als sensibiliseren en activeren een eerder negatieve, autoritaire bijklank kennen.

⁵⁹ Shaw, 2010

Kunstorganisaties voelen te vaak een schroom om uit te pakken met een groen imago. Ze willen geen deel uitmaken van de greenwashing machine en wachten op de ultieme ingreep, die hen hét groene bestaansrecht zal geven om te communiceren over de inspanningen die ze onderweg naar die absolute, duurzame organisatie allemaal geleverd hebben. In hun angst om als charlatans ontmaskerd te worden, zien ze het belang van dat groeiproces over het hoofd. Zowel andere organisaties (door het delen van good practices, uitwisselen van tips, het vervullen van een pioniersrol) als het publiek moeten kunnen meegroeien in dat proces. Een van de belangrijkste opmerkingen die op dergelijke klimaat- en duurzaamheidsbijeenkomsten in de culturele sector steeds naar boven komen, is namelijk de nood aan praktijkervaringen, tips en concrete actievoorstellen. *Eva Peeters, 2011*⁶⁰

Welke reden er ook aan de oorzaak ligt van deze afzijdigheid, vast staat dat culturele organisaties een grote rol spelen in het samenbrengen van mensen en versterken van de maatschappelijke dialoog. En het is net dat waar sociale aangelegenheden nood aan hebben: dialoog en betrokkenheid.

4. Ecologisch activisme in cultureel Vlaanderen

Inleiding

De kloof tussen de miserabele toestand van de globale samenleving en het intellectualisme in de artistieke wereld wordt voor mij elke dag groter, en niet voor mij alleen. *Eva Peeters, 2010*⁶¹

Hoe komt cultureel activisme vandaag de dag tot uiting in Vlaanderen? Of er nog überhaupt culturele initiatieven zijn die een duidelijk maatschappelijk standpunt innemen, wordt in deze masterproef niet specifiek onderzocht. Wel wordt het ecologisch activisme in hedendaags cultureel Vlaanderen van naderbij bekeken. Daarnaast wordt er ook gespeurd naar ecologische gedachtegoed in het Vlaams cultuurbeleid. Minister Schauvliege is namelijk én minister van cultuur én minister van natuur en leefmilieu, een combinatie die allicht vraagt om kruisbestuivingen tussen de verschillende beleidsdomeinen.

⁶⁰ naar aanleiding van de lancering van de Lean, Mean & Green website na de gelijknamige conferentie op 29 november 2010 in Rotterdam <<http://www.leanmeangreen.nl/>>

⁶¹ Peeters, 2010

Cultureel-ecologische initiatieven

*Duurzaamheid is geen science fiction. Het gaat om een soort gezonde common sense. Serge De Gheldere, 2008*⁶²

In tijden waar het ecologische vraagstuk zich steeds meer opdringt aan de dagdagelijkse realiteit, reageert ook de Vlaamse kunstsector. De Vlaamse podiumsector lijkt de eerste die antwoorden en oplossingen tracht te formuleren op de milieucrisis. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat podiumkunsten misschien sneller en ‘gemakkelijker’ maatschappelijke thema’s verwerken. Neem nu het eerder vermelde politiek theater. Het is een vorm van activisme dat mensen doet bewegen, een soort van culturele therapeut die haar spelers en publiek leert omgaan met prangende thema’s. Kijken naar waarom net de podiumsector sneller reageert dan andere culturele sectoren is een boeiende vraag, maar wordt vanwege de specifieke onderzoeksvraag in deze masterproef niet verder onderzocht. Wel kan er gekeken worden naar hoe de sector reageert op de huidige milieu-uitdagingen en welke ecologische kunstpraktijken zich reeds concreet voordoen. Daarbij onderzoeken we eerst enkele ecologische initiatieven van culturele steunpunten om vervolgens het thema ecologie binnen het Vlaams cultuurbeleid onder de loep te nemen.

Kunst en Ecologie (BAM)

BAM, het Vlaams steunpunt voor beeldende, audiovisuele en mediakunst, nam met de weblog ‘Kunst en Ecologie’ als eerste het initiatief om de kunstensector te sensibiliseren rond ecologie. Kunst en Ecologie bestaat sinds april 2009 en wil met behulp van een blog een plek aanbieden waarop kunstenaars en organisaties uit de beeldende kunstsector informatie rond duurzaamheid kunnen uitwisselen.

BAM wil meer aandacht besteden aan het thema kunst en ecologie. Door onder meer via deze blog informatie en ervaringen uit te wisselen, te verwijzen naar goede praktijkvoorbeelden, enz. wil BAM de beeldende kunstensector stimuleren om tot duurzamere oplossingen te komen in hun (artistieke) werking.⁶³

Op de blog vindt men voornamelijk informatie en concrete tips voor culturele organisaties en geïnteresseerde individuen. Concreet gaat het over ecologische leestips,

⁶² De Gheldere, 2008, p. 11

⁶³ “Kunst en Ecologie”, BAM, 2009

praktijkvoorbeelden, nieuwsitems, online literatuur en uiteraard een groot aanbod praktische tips en ideeën. Het onderling uitwisselen van tips en informatie is het hoofddoel van deze website. BAM wil op die manier de beeldende kunstensector bewustmaken van de ecologische crisis en de hoogdringende noodzaak benadrukken van een milieuvriendelijke werkwijze. Daarnaast wil men ook de sector helpen in zijn zoektocht naar een meer duurzame manier van werken.⁶⁴ 'Kunst en Ecologie' wil dus concreet inspelen op de ecologische behoefte bij beeldende kunstenaars.

Jonge Sla (VTi)

De podiumsector is niet alleen voortrekker in het groene verhaal, het is ook de sector die het meest verwant is met de muzieksector. Dit vanwege het gebruik van podia, de live-performance en de opstelling van het publiek. Net daarom is het interessant om te kijken naar ecologische initiatieven binnen de Vlaamse podiumsector. Vermoedelijk kunnen er gelijkaardige acties toegepast worden in de muziekbranche.

Het Vlaams Theater Instituut is het Vlaams steunpunt voor professionele podiumkunsten. VTi organiseerde (samen met andere partners uit het theaterveld) de voorbije drie jaar enkele themadagen rond klimaatsverandering en de rol van de podiumsector. De ecologische voetafdruk van de podiumkunsten stond er telkens centraal. De eerste klimaatsbijeenkomst vond plaats in 2008 in samenwerking met het Brusselse Kaaithater. Zij breidde een eigen vervolg aan de conferentie met het 'Burning Ice'-project: een symposium waar kunstenaars en experts uit binnen- en buitenland kwamen spreken over thema's als afval, mobiliteit, toekomstperspectieven en ecologische steden.⁶⁵ Het groene thema kreeg ook navolging in het VTi-tijdschrift Courant onder de titel 'Een veranderend klimaat: de ecologische voetafdruk van de podiumkunsten'.⁶⁶ In deze uitgave kreeg de lezer enkele ecologische tips voorgeschoteld en werden verschillende grote en kleine kunstverenigingen en –centra met een ecologische werking aan het woord gelaten. Het zijn allen good practices, culturele organisaties die hun werking op een ecologische manier trachten vorm te geven.

⁶⁴ "Kunst en Ecologie", BAM, 2009

⁶⁵ idem

⁶⁶ VTi, 2008

Begin 2009 werd de werkgroep 'Ecopodia' in het leven geroepen, een groep culturele actoren met een ecologische overtuiging. Niet alleen technici maar ook kunstenaars zelf, programmatoren en communicatie- en productiemedewerkers maakten deel uit van deze werkgroep. De bijeenkomst was gericht op het uitwisselen van ecologische kennis en tips rond thema's als gebouwbeheer en energie, alsook mobiliteit en promotie.⁶⁷

Maar vanaf 2011 werd het tijd voor een meer structurele aanpak. Het VTi richtte begin 2011 samen met Ecolife en de Minister van Leefmilieu, Natuur en Cultuur Joke Schauvliege het project 'Jonge Sla' op, naar het gelijknamige gedicht van Rutger Kopland. Het project is een samenwerking met twee andere culturele steunpunten, namelijk *BAM* en *Muziekcentrum Vlaanderen* en met de partners *BASST* en het *Sociaal Fonds voor de Podiumkunsten*. Jonge Sla kwam tot stand doordat er steeds meer kunstenaars en organisaties op zoek waren naar milieuvriendelijk alternatieven. Jonge Sla is dan ook een ondersteunend platform voor de ecologische veranderingen binnen de podiumsector. Het wil zo streven naar een duurzame kunstenpraktijk.⁶⁸

Het project loopt tot september 2012 en heeft tot doel om het ecologisch denken en handelen binnen de kunstensector in Vlaanderen en Brussel te versterken, betrokkenen bewust te maken van de impact van hun activiteiten op het milieu en hen aan te zetten om acties te ondernemen om de eigen milieu-impact te verkleinen en erover te communiceren.⁶⁹

Jonge Sla kan een structureel vervolg op de weblog 'Kunst en Ecologie' van BAM worden genoemd. Het platform wil het thema ecologie niet alleen introduceren en stimuleren in de podiumsector, maar in heel de kunstensector. Om die reden kan Jonge Sla het eerste structurele ecologieplatform genoemd worden met een breed bereik en ondersteunende functie. Daar waar 'Kunst en Ecologie' van BAM voornamelijk ervaringen en kennis wil uitwisselen op een online platform, wil Jonge Sla verder gaan en ook coaching en concrete instrumenten op maat aanbieden. 'Kunst en Ecologie' heeft een eerder informerende functie, Jonge Sla een informerende én begeleidende functie.

Concreet wil Jonge Sla in drie fases werken:

1. het delen van goede praktijken
2. het ontwikkelen van een aangepaste coaching
3. het uitwerken van checklists

⁶⁷ "Ecopodia", Vlaams Theater Instituut, 2009

⁶⁸ "Jonge sla", Vlaams Theater Instituut, 2011

⁶⁹ Idem

Het eerste doel van Jonge Sla is een platform aanbieden waarop ecologische good practices kunnen worden gedeeld. Sommige culturele spelers hebben reeds succesvolle projecten georganiseerd en maatregelen genomen die een voorbeeld kunnen betekenen voor anderen. Op het webplatform 'www.jongesla.be' zullen dit soort voorbeelden voor de hele culturele sector ter beschikking worden gesteld.⁷⁰ Daarnaast wordt de sector in zijn groene transmissie begeleid door 'coachingsgroepen' en dit onder begeleiding van 'Low Impactman' Steven Vromman en een coach van Ecolife⁷¹. Tenslotte wil Jonge Sla met gebruiksvriendelijke checklists zowel grote als kleine kunstorganisaties overtuigen om een grondige ecologische doorlichting te houden van de eigen werking. Vanuit de bekomen resultaten kunnen er dan concrete duurzame stappen worden ondernomen.⁷² Jonge Sla noemt zichzelf een 'open source', een soort van netwerk waar leerprocessen, interactie met andere cultuuractoren en het delen van kennis en ervaringen centraal staan.

Eco-centra (LOCUS)

Om het ecologiethema ook in de lokale cultuursector in te bedden werd de Werkgroep Eco-centra opgericht op 17 mei 2011 door LOCUS, steunpunt voor bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra en lokaal cultuurbeleid in Vlaanderen. Daar waar Jonge Sla zich richt op de kunstensector, wil de werkgroep Eco-centra zich richten op de lokale cultuursector. LOCUS wil aan de hand van de werkgroep antwoorden bieden op vragen rond het onderwerp. Daarnaast wil men het uitwisselen van ervaringen centraal stellen en op zoek gaan naar nieuwe ecologische sporen in het lokaal cultuurbeleid. Het doel is vanaf 2011 op regelmatige basis samen te komen met een aantal afgevaardigden uit Vlaamse cultuurcentra, de Vlaamse Gemeenschapscommissie en het Agentschap Sociaal-Cultureel Werk

De werkgroep wil geen tweede Jonge Sla zijn, maar de werking ervan vertalen naar de lokale cultuursector, namelijk goede praktijken en praktische instrumenten uitwisselen die op die manier ook een ecologische ommezwaai op lokaal cultuurniveau mogelijk kunnen maken.⁷³

⁷⁰ "Jonge sla", Vlaams Theater Instituut, 2011

⁷¹ Ecolife is een maatschappelijke milieuorganisatie die bedrijven en organisaties wil begeleiden in hun ecologische gedragsverandering.

⁷² "Jonge sla", Vlaams Theater Instituut, 2011

⁷³ Werkgroep Eco-centra LOCUS. Bijgewoond op 17 mei 2011.

Handvest voor een transitie naar rechtvaardige duurzaamheid

Met het “handvest voor een actieve medewerking van de podiumkunsten aan een transitie naar rechtvaardige duurzaamheid” wil theatermaker en beeldend kunstenaar Benjamin Verdonck de Vlaamse podiumsector, en iedereen die daar gehoor aan wil geven, oproepen actief mee te werken aan de transitie naar een duurzame samenleving. Hij richt zich specifiek naar alle podiumorganisaties die steun ontvangen van het kunstendecreet.⁷⁴ Vernieuwend is dat Verdonck het effect van dit handvest beschouwt als kunstwerk. Het kunstwerk vangt aan op 1 september 2013 en loopt af op 1 februari 2014. Tijdens deze periode moet iedere podiumkunstenorganisatie die het manifest heeft ondertekend zich gedragen volgens de regels van het manifest. Als voorbeeld geldt onderstaand citaat.

Bij aanvang van het kunstwerk worden alle ecoteams van de deelnemende podiumkunstenorganisaties ontbonden. Gevraagd wordt vervolgens te mediteren over de oorzaak van de ecologische crisis.⁷⁵ Benjamin Verdonck, 2011

Doel van dit kunstwerk is het effect dat wordt bekomen wanneer de hele podiumsector gedurende 152 dagen het duurzame manifest naleeft. Benjamin Verdonck wil op die manier het debat en de verbeelding stimuleren rond een ecologisch duurzamere werking van de gesubsidieerde podiumkunstenorganisaties. Het hele handvest kan worden geraadpleegd in bijlage.

Ecologie en cultuurbeleid

Minister van Leefmilieu, Natuur en Cultuur. Het lijkt geen evidente combinatie. Toch zijn er meer kruisbestuivingen mogelijk dan eerst gedacht. Milieu en natuur zullen dan ook als een “groene” draad door mijn cultuurbeleid lopen.

Joke Schauvliege 2009⁷⁶

Vlaams minister van Leefmilieu, Natuur en Cultuur, Joke Schauvliege, wil onder de noemer Cultuurforum 2020 aan de hand van verschillende werkgroepen haar volgend cultuurbeleidsplan vorm geven. Zo wil ze dat wat leeft in de culturele sector concreet

⁷⁴ Verdonck, 2011

⁷⁵ idem

⁷⁶ “Beleidsnota Cultuur 2009-2014”, CSJM, 2009

vertalen in het toekomstig cultuurbeleid.⁷⁷ Met ‘Cultuurbeleid in perspectief 2020’ focust Schauvliege op de zeven strategische doelstellingen uit het Vlaams cultuurbeleidsplan 2009-2014, waaronder bovenstaande doelstelling rond eco-cultuur. Iedere doelstelling wordt tijdens een bijhorend werkatelier uitgespit door een groep afgevaardigden van de cultuursector. Eén van die ateliers behandelde het specifieke thema Eco-cultuur en kent de meer specifieke titel “cultuur als motor voor de transitie naar duurzame rechtvaardigheid”. De aanbevelingen die uit het atelier voortkwamen, worden uitgewerkt in het huidige cultuurbeleid om dan in de volgende legislatuur te kunnen worden opgenomen.⁷⁸

Atelier eco-cultuur

Dat minister Schauvliege in haar beleidsnota Cultuur 2009-2014 een strategische doelstelling opnam onder de titel eco-cultuur was verrassend. Natuurlijk had één en ander te maken met de combinatie van beleidsdomeinen binnen haar portefeuille (behalve cultuur ook leefmilieu en natuur), maar deze introductie van ecologische bekommernis in het Vlaamse cultuurbeleid creëerde niettemin een momentum.⁷⁹

Het ‘atelier eco-cultuur’ kende een selectie vertegenwoordigers van de cultuursector die zich bogen over de kwestie ‘cultuur en ecologie’. De basisvisie achter het atelier is dat cultuur en de bijhorende sector een duidelijke rol moeten spelen in de transitie naar een duurzame levenswijze. Cultuur kan namelijk een cruciale rol spelen in de ecologische omschakeling omdat het als geen ander het individuele handelen en de systemische onderbouw van een samenleving betekenis geeft.⁸⁰ Het atelier draagt rechtstreeks bij tot de beleidsvorming rond duurzaamheid in de culturele sector doordat het zal verwerkt worden in de volgende cultuurlegislatuur. Cultuur, aldus het ‘atelier eco-cultuur’, moet de duurzame transitie versterken, stimuleren en ontwikkelen. Concreet ziet men de omschakeling naar een duurzame sector gerealiseerd worden in drie ruimtes, de ‘publiek-dialogische ruimte’, ‘leer- en ervaringsruimte’ en ‘ruimte voor verbeelding’⁸¹. In wat volgt, zal ik drie ruimtes nader toelichten.

De cultuursector kan als geen ander **publiek-dialogische** ruimtes creëren. In dit soort ruimtes staat ontmoeting centraal en kan men vlot de publieke dialoog op gang brengen.

⁷⁷ “Atelier Eco-cultuur”, 2010, p. 3

⁷⁸ “Adviestekst atelier eco-cultuur”, BAM, 2009

⁷⁹ “Atelier Eco-cultuur”, 2010, p. 3

⁸⁰ Idem, p. 4

⁸¹ “Atelier Eco-cultuur”, 2010, p. 3

Op die manier bekomt men sterkere attitudes bij het publiek en dus meer kans op verandering. Belangrijk echter, is dat cultuur zelf een duurzame voorbeeldfunctie heeft in deze publieke ruimte. De cultuursector moet dus niet enkel publiek-dialogische ruimtes creëren en garanderen, ze moet in diezelfde ruimte ook een voorbeeldfunctie uitoefenen. Het sociaal-cultureel werk speelt een belangrijke rol in dit proces omdat er via collectieve acties en bewegingswerk aan het publiek een stem gegeven wordt.⁸²

De **leer- en ervaringsruimte** is, naast de publiek-dialogische ruimte, noodzakelijk om tot een diepere en complexe vorm van kennis te komen. Deze 'kennis' omvat niet alleen het natuurkundige aspect van de ecologische crisis, maar is ook gericht op structurele oorzaken en vooral alternatieven en strategieën voor verandering.⁸³ De cultuursector kan met zijn ervaring rond leerprocessen (denk aan vormingswerk, samenlevingsopbouw, sociaal-artistiek werk) een belangrijke bijdrage leveren aan het tot stand brengen van dit soort leer- en ervaringsruimtes en het ontwikkelen van concrete handelingsperspectieven. Leer- en ervaringsruimtes moeten zowel op lokaal (gemeenschap) als bovenlokaal (samenleving) niveau worden gecreëerd.⁸⁴

Met **ruimte voor verbeelding** wordt de creatieve ruimte bedoeld waarin de noodzakelijke maatschappelijke verandering kan worden verbeeld. Inspiratie, verbeelding en creativiteit zijn namelijk essentieel om tot verandering te komen. Tegenover de inbedding van duurzaamheid in ons dagelijks leven staat 'het laboratorium van de verbeelding': een soort mentale onderzoeksruimte voor alternatieven. *Kunst en cultuur zijn domeinen voor reflectie over zulke grote vragen in relatie tot duurzaamheid.*⁸⁵

Bovenstaande opdrachten voor de culturele sector worden in het 'atelier eco-cultuur' verder vertaald in concrete 'doorbraken'. Het zijn doelstellingen die men tegen 2020 met de hele sector en met individuele kunstenaars wil halen.

1. In 2020 is en werkt de culturele sector CO2-bewust en draagt ze dat CO2-bewustzijn met overtuiging uit.

⁸² idem, p. 5

⁸³ idem

⁸⁴ idem

⁸⁵ "Atelier Eco-cultuur", 2010, p. 5

2. In 2020 is uitwisseling en samenwerking tussen de verschillende subsectoren binnen de brede culturele sector de basis voor culturele acties en activiteiten rond transitie naar rechtvaardige duurzaamheid.
3. In 2020 zijn structurele verbindingen met andere sectoren (wetenschappelijke sector, economische sector, ...) een feit in de vorm van performante transversale netwerken.⁸⁶

Uiteraard wil men de aangehaalde doelstellingen concreet operationaliseren. De eerste doorbraak, het CO2-bewustzijn, wil men dan ook bereiken aan de hand van interne duurzaamheidsaudits. Iedere organisatie moet zowel infrastructuur, als productie en publiekswerking onderwerpen aan een ecologische audit. Vanuit de bekomen resultaten, kunnen er dan concreet actieplannen worden opgesteld. Daarnaast heeft de sector ook de verantwoordelijkheid om de geplande en uitgevoerde acties bekend te maken aan het eigen publiek. Zij maken namelijk enerzijds deel uit van sommige actieplannen (bv. mobiliteit), anderzijds zullen er vaak kritische vragen worden gesteld rond bepaalde milieuvriendelijke maatregelen. Uiteraard kan de sector met de gemaakte keuzes een belangrijke voortrekkersrol spelen. Daarnaast moet ook de overheid de taak op zich nemen om instrumenten te ontwikkelen die bepaalde maatregelen voorschrijven. Zo moet bijvoorbeeld het FoCI (Fonds Culturele Infrastructuur van het Vlaams departement voor cultuur, sport, jeugd en media) duurzame financieringsvoorwaarden vooropstellen. Op die manier zullen alle culturele infrastructuurwerken verplicht worden om duurzaam te werk te gaan. Tenslotte moeten alle culturele organisaties een voorbeeld nemen aan good practices in de culturele sector die via andere, inhoudelijke initiatieven werken aan bewustmaking in de maatschappij.⁸⁷

Voor de tweede doelstelling, samenwerking met subsectoren binnen de brede culturele sector, wordt er verwacht dat kennis en ervaring rond ecologische duurzaamheid in de drie eerder besproken ruimtes worden uitgewisseld. Kennis en ervaring bevinden zich echter ook in verwante subsectoren zoals het vormingswerk. Niet alleen het uitwisselen van kennis moet daarom centraal staan, maar ook het samen opzetten van acties. Enkel op deze manier bekomt men een grotere ecologische draagwijdte. Concreet wil men dit realiseren aan de hand van een sectorieel overlegorgaan dat zich specialiseert in duurzame transitie.

⁸⁶ idem, p. 7-10

⁸⁷ "Atelier Eco-cultuur", 2010, p. 7-10

Een permanente overlegstructuur moet de visieontwikkeling bevorderen en de draagwijdte van kennis en ervaring rond het thema. Daarnaast moet ecologische duurzaamheid een vast agendapunt worden op de eigen overlegstructuren zoals bij steunpunten en belangenbehartigers.

Als laatste wil men structurele verbindingen met andere sectoren, waaronder de wetenschappelijke en economische sector, realiseren aan de hand van transversale netwerken. Verbindingen tussen de traditioneel gescheiden sectoren als cultuur, wetenschap en economie zijn namelijk meer dan nodig wil cultuur haar rol als motor voor transitie kunnen spelen.⁸⁸ De culturele sector zal beroep moeten doen op andere sectoren wil het iets kunnen betekenen op gebied van duurzame kennis- en ervaringgever. Eerst en vooral komt dit tot uiting op beleidsniveau, namelijk het vormen van een homogene groep die actief is rond duurzaamheid. Het spreekt voor zich dat bepaalde grenzen tussen regelgevingen hiervoor doorbroken zullen moeten worden. Als laatste moet de culturele sector deelnemen aan bestaande en nieuwe 'transitie-arena's'. In deze arena's van duurzaamheid op lokaal en bovenlokaal niveau moet cultuur een waardige speler zijn, *een belangrijke invalshoek in de transitie naar een rechtvaardige en duurzame samenleving.*⁸⁹

Kortom, het 'atelier eco-cultuur' geeft vanuit praktijkervaringen en expertise uit de cultuursector genoeg stof tot nadenken. De gegeven aanbevelingen vragen om een snelle, doch voldoende gefundeerde toepassing van ecologisch duurzame maatregelen. Het is nu aan de Minister van Cultuur om deze eco-criteria in te bedden in het cultuurbeleid, in nauw overleg met andere betrokken beleidsdomeinen en actoren.

⁸⁸ idem, p. 10

⁸⁹ Idem

5. Ecologie en muziekindustrie: what's music got to do with it?!

*Okay, so maybe music can't technically be green, but the way music is showcased can be.*⁹⁰

Wanneer ecologie gekoppeld wordt aan muziek, denkt men vaak meteen aan festivals. Deze profileren zich steeds vaker als duurzaam en trachten onder andere hun afvalberg en impact op de omgeving te minimaliseren. Toch kent de muziekindustrie meer actoren dan festivals. Zo zijn er ook muziekclubs, muziekgroepen, platenlabels en uiteraard het publiek die deel uitmaken van de hele industrie. De vraag is echter welke plaats ecologie inneemt in dit toch wel commerciële circuit. Gaan ecologie en muziek samen en welke rol kan de muziekindustrie spelen in de transitie naar een duurzame samenleving?

Music industries

David Hesmondhalgh, professor in media- en muziekindustrie, omschrijft de term 'music industries' als volgt: *Music industries are recording (which, of course, includes the recording of sounds other than music, but is for the most part centred on music) publishing and live performance.*⁹¹

Opmerkelijk is het gebruik van *music industries*, in haar meervoud. Men spreekt niet over *music industry*, maar over *music industries* omdat het enkelvoudig gebruik ervan een te simplistische weergave is van de realiteit. De muziekindustrie bestaat namelijk uit verschillende industrieën, onder meer de opname-industrie, de muzieklabels en natuurlijk ook de concertindustrie. Het begrip *music industry* is dus achterhaald en moet in de huidige context herdacht worden.⁹²

Dat music industries een grote economische waarde hebben, is algemeen geweten. Het commerciële aspect ervan heeft dan ook één groot doel: winst maken. Toch moet de totale verkoopopbrengst vandaag de dag sterk aan kracht inboeten. Cijfers laten een duidelijke terugval zien over de laatste twee decennia. Waar de verkoop van muziek in de jaren negentig nog goed was voor 14,6 biljoen dollar, is ze de laatste jaren met veertig

⁹⁰ "What's green music", Greennote, 2011

⁹¹ Hesmondhalgh, 2007, p. 12

⁹² Williamson & Cloonan, 2007, p. 305-322

procent gedaald.⁹³ Toch blijft het een sterk bloeiende sector. Met maar liefst vierduizend grote labelartiesten, duizenden onafhankelijke artiesten en de populaire concertverkoop wordt de huidige totale waarde van de sector geschat op zo'n 160 biljoen dollar.⁹⁴ Maar er is ook een keerzijde aan de medaille: met stijgende onkosten en soms drastisch ingesnoeide budgetten wordt de hele muziekeconomie grondig verstoord. De sector zelf legt de schuld voor de economische terugval voornamelijk bij de illegale downloadindustrie. De term muziekindustrie moet dus niet enkel herdacht worden omwille van haar complexe betekenis, maar ook vanwege haar huidige functie. De traditionele muziekindustrieën bepalen niet langer de regels binnen de muziekdistributie, ze worden uitgedaagd door verschijnselen als illegale downloadnetwerken en piraterij. Hoezeer men dit ook tracht te controleren en bestrijden, de industrie lijkt niet meteen in haar opzet te slagen. De angst het muziekpubliek hierdoor te verliezen, is dan ook sterk aanwezig in de sector.⁹⁵

Toch betekenen dit soort downloadpraktijken niet noodzakelijk de afgrond voor de industrie, meer nog, het zou zelfs een positief effect kunnen hebben, als men op de kar zou springen van de onlinedistributie. De onlinemuziekgebruikers hebben namelijk niet de intentie schade te berokkenen aan de sector. Voor hen heeft het uitwisselen en downloaden van muziek via het internet voornamelijk een sociale functie.⁹⁶ Ze gebruiken het internet als sociaal platform voor het delen van muziekervaringen. *The real challenge for the industry, recession or boom, is to work with rather than against these dynamics.*⁹⁷ Zolang de economische actoren van de sector vasthouden aan een eerder conservatief muziekeconomisch beleid, om zo de controle te kunnen bewaren, zal het conflict met vernieuwers en het netwerkpubliek de toekomst blijven domineren.⁹⁸

Muziekindustrie en ecologie

De verkoop van onlinemuziek kan nog voor een andere reden als positief worden beschouwd. Steeds meer mensen blijken hun muziekalbums en mp3's online te kopen en halen op die manier geen fysieke plaat of cd meer in huis. Het gevolg is uiteraard dat de

⁹³ Baym, 2010, p. 177-180

⁹⁴ Idem

⁹⁵ Idem

⁹⁶ Idem

⁹⁷ Idem

⁹⁸ Idem

productie van cd's afneemt en dus ook het vervuilende productieproces. Op die manier worden er ook minder milieuvriendelijke materialen als plastic en aluminium verbruikt. Het aankopen van onlinemuziek heeft dus een kleinere impact op het milieu.⁹⁹

Purchasing music digitally reduces the energy and carbon dioxide (CO₂) emissions associated with delivering music to customers by between 40% and 80% from the best-case physical CD delivery, depending on whether a customer then burns the files to CD.¹⁰⁰

Ondanks de verminderde cd-productie, blijft de muziekindustrie wel een ecologisch onvriendelijke sector. Denk maar aan talloze omslachtige tournees, grootse festivals en de mobilisatie van het betreffende publiek. Het zijn stuk voor stuk zaken die de directe omgeving zwaar belasten.

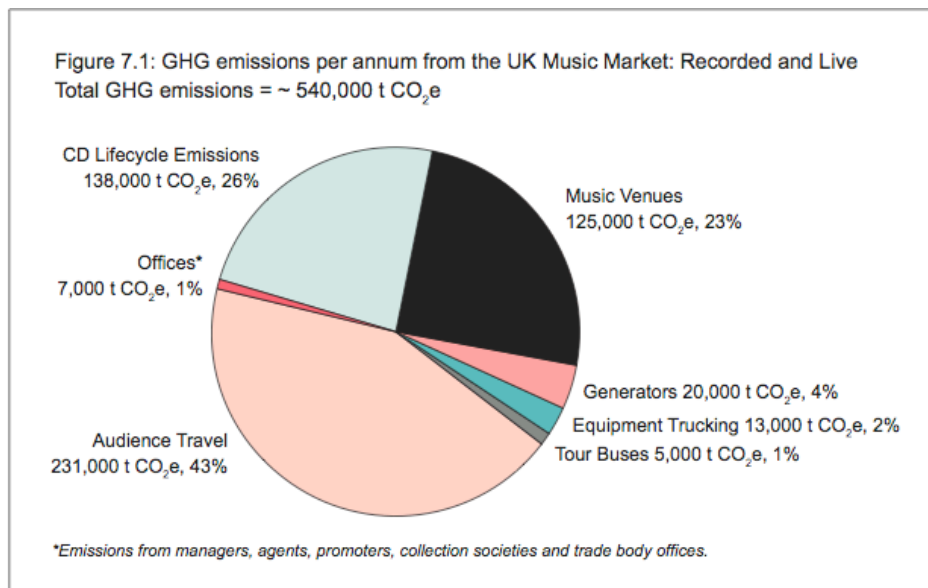
Julie's Bicycle¹⁰¹, een Britse organisatie die de culturele sector duurzaam wil maken, onderzocht de CO₂-productie van de Britse muziekmkt (tabel 1). In het onderzoek werd er specifiek gekeken naar de opname- en live-industrie. Het totaalverbruik komt neer op 540.000 ton CO₂ per jaar. Verrassend genoeg heeft de mobilisatie van het publiek het grootste aandeel in het hele verhaal. Maar liefst 43% van het totale CO₂-verbruik is eraan toe te schrijven. Daarnaast blijft de cd-productie een grote CO₂-boosdoener, alsook het functioneren van de muziekpodia zelf.¹⁰² Hieruit kan er worden geconcludeerd dat men moet focussen op drie grote factoren wil men de CO₂-productie verlagen: de productie van cd's, de verplaatsing van het publiek en de werking van muziekpodia. Wil men de CO₂-uitstoot beperken, dan moet men binnen deze drie CO₂-producerende domeinen naar alternatieven zoeken.

⁹⁹ Weber, 2010, p. 754-769

¹⁰⁰ Idem

¹⁰¹ "About us", Julie's Bicycle, 2008

¹⁰² "Julie's Bicycle", Environmental Change Institute Oxford University, 2007, p. 6



Tabel 1 ©Julie's Bicycle¹⁰³

Maar een milieuvriendelijke muzieksector buigt zich over meer dan alleen haar CO₂-uitstoot. Zaken als een verstandig afvalbeheer en laag energieverbruik zijn zeker zo belangrijk wil men de impact op het milieu zo klein mogelijk houden. Iedere muzikant draagt hier zijn verantwoordelijkheid: zowel fans, bands, concertzalen en organisatoren van festivals als producers en producenten.¹⁰⁴ Allen moeten ze trachten zo ecologisch mogelijk te handelen, onafhankelijk van hun verantwoordelijkheid en draagwijdte in de sector. De hele muziekindustrie moet dus haar verantwoordelijkheid opnemen in de globale ecologische transmissie. Als gebruiker van energie en materialen en producent van afval en CO₂ kan de industrie mee het verschil maken voor een duurzame samenleving.

Within the UK, emissions from the music industry comprise a small portion of total emissions because the industry itself is a relatively small component of the overall economy. Nonetheless, the music industry represents an exceptional voice that can motivate, lead and deliver reductions in GHG emissions by making its own commitment to emission reduction and becoming a role model for its staff, artists and consumers.¹⁰⁵

Toch kan muziek als artistieke vorm nog een andere functie vervullen in de groene transmissie, namelijk het versterken van de ecologische boodschap en het bieden van een alternatief voor de huidige milieuonvriendelijke consumptiemaatschappij, waar materialisme centraal staat.

¹⁰³ "Julie's Bicycle", Environmental Change Institute Oxford University, 2007, p. 6

¹⁰⁴ Humphrey, 2010

¹⁰⁵ "Julie's Bicycle", Environmental Change Institute Oxford University, 2007, p. 12

One way music can contribute to environmental sustainability is by enriching our inner lives. It will be very difficult to ask people to stop participating in our take-make-waste society unless there is an appealing alternative to the superficial but irresistible calls of materialism. By enabling people to elevate their spiritual worlds, and by enhancing their capacity to “be” rather than to “have”, music can serve as an antidote against the greed that drives contemporary consumerist societies.¹⁰⁶

De muziekindustrie heeft dus ook een sensibiliserende en therapeutische rol te vervullen in de omschakeling naar een ecologisch duurzame samenleving.

‘Groene’ muziekinitiatieven

Verenigd Koninkrijk: Julie’s Bicycle

*The UK music industry is a pivotal cultural and creative industry, nationally and internationally; it therefore has the power – and the responsibility – to be a proactive leader in taking and driving climate change action.*¹⁰⁷

Het Verenigd Koninkrijk ademt muziekindustrie. De Engelse muziekscène kent niet alleen een bloeiende nationale oriëntatie, ze heeft een nog succesvollere internationale reputatie. Britse muziek heeft een zeer groot marktaandeel binnen de Europese en internationale muziekindustrie en is net daarom interessant om onder de loep te nemen. Niet alleen op muzikaal gebied zijn de Britten vaak pioniers, ze gaan ook innovatief om met nieuwe uitdagingen. Zo ook rond het thema duurzaamheid. Met onder meer projecten als *Arts and Ecology*, *Green Theatre* (de Britse equivalenten van Kunst en Ecologie en Jonge Sla), *Tipping Point* (een ecologisch netwerk voor artiesten) en *Julie’s Bicycle* tracht men in het Verenigd Koninkrijk te zoeken naar ecologisch alternatieven binnen de kunstenwereld. In deze masterproef wordt specifiek gekeken naar Julie’s Bicycle, vanwege hun focus op de muzieksector.

Julie’s Bicycle is een Britse non-profit organisatie die sinds 2007 de creatieve sector tracht om te vormen tot een duurzame sector. De vereniging richt zich voornamelijk op de podium- en muzieksector vanuit de motivatie dat dit meest energieverwendende branches zijn en dus het hoofd moeten bieden aan de grootste uitdagingen. Julie’s Bicycle verricht onderzoek

¹⁰⁶ Urbain, 2008

¹⁰⁷ “Julie’s Bicycle”, Environmental Change Institute Oxford University, 2007, p. 1

rond het thema en werkt hiervoor nauw samen met de universiteiten van Oxford en Surrey. Aan de hand van publicaties, praktische gidsen, trainingssessies, seminars en events wil men de Britse maar ook de buitenlandse culturele sector begeleiden in hun ecologisch duurzame kentering. Julie's Bicycle is een soort van steunpunt voor duurzaam cultuurbeleid en geldt net daarom als voorbeeld bij gelijkaardige Vlaamse initiatieven.¹⁰⁸

Per actor in het muziekmilieu geeft Julie's Bicycle specifieke tips om op een duurzame manier te werk te gaan. Zo is er onder andere het luik 'venues' waar concertzalen talloze instructies kunnen terugvinden om 1. een milieuvriendelijke zaal te zijn, 2. zo ecologisch mogelijk concerten te laten plaatsvinden en 3. de duurzame boodschap te verspreiden.¹⁰⁹

Om een milieuvriendelijke zaal te zijn, moet men:

- Een groen team binnen de organisatie opstarten
- Een milieubeleid inrichten voor de hele organisatie
- Groene producten aankopen
- De eigen impact op het milieu meten (CO2 uitstoot, energiescan, ...)
- Deze impact interpreteren
- Het energieverbruik verminderen (door lampen te veranderen in spaar- en ledlampen, verwarming en airconditioning te controleren, ...)
- Overschakelen op groene energie (energie van hernieuwbare energiebronnen)
- Regenwater hergebruiken
- Afval verminderen en beperken tot het absolute minimum¹¹⁰

Op het niveau van de concertwerking vertaalt de ecologische handelingswijze zich als volgt:

- Praat met de inkomende producties over hun ecologische aanpak en deel hen het duurzame beleid van de organisatie mee
- Verkoop duurzame koopwaar
- Mobiliseer het publiek om zich op een milieuvriendelijke manier te verplaatsen en bewerkstellig reizen met het openbaar vervoer¹¹¹

Wil men ook het publiek bereiken met een ecologische boodschap, dan moet men de volgende zaken in acht nemen:

¹⁰⁸ "About us", Julie's Bicycle, 2008

¹⁰⁹ "Music", Julie's Bicycle, 2008

¹¹⁰ "Green Your Venue", Julie's Bicycle, 2008

¹¹¹ "Green Your events", Julie's Bicycle, 2008

- Vertel aan iedereen, medewerkers, leveranciers en publiek, hoe de organisatie tracht ecologisch te werk te gaan (gebruik hiervoor verschillende communicatietechnieken)
- Verkrijg een groen certificaat en gebruik dat op al het communicatiemateriaal
- Deel de ecologische good practices met anderen uit je professionele netwerk

Venues have a major role to play in the greening of the industry. You are in a position to influence audiences, inspiring them to take positive environmental action while visiting your venue in their everyday lives. The building you run hosts artists, icons and role models, some of whom want to speak out about the environment... their messages will be all the more powerful in a venue serious about greening its operations.¹¹²

Uiteraard zijn er ook andere spelers die op een specifieke wijze kunnen bijdragen aan een milieuvriendelijke muziekindustrie. Julie's Bicycle biedt specifieke, duurzame handleidingen aan op maat die muziekorganisaties, bands, producers, managers, platenlabels, studio's en concertzalen moeten aansporen om de ecologische weg in te slaan. Julie's Bicycle is net daarom een belangrijke factor in het proces van ecologische transitie. Met hun brede expertise, hun concrete handleidingen op maat en brede draagwijdte van organisaties en artiesten (Radiohead, Blur, Groove Armada, ...) spelen zij een grote rol in de Britse én de buitenlandse muziekindustrie.

Vlaanderen: Recharge

Recharge was het ecologisch duurzaam muziekevent van Muziekcentrum Trix dat plaatsvond op 30 oktober 2010, in het kader van Euroglobe¹¹³ (creative culture against climate change). Het eendaags evenement wilde de aandacht op de klimaatsverandering vestigen aan de hand van enkele muzikale activiteiten. In 2010 was België het forum voor Euroglobe, met als hoofdbasis Antwerpen. Onder meer de Arenbergsschouwburg, het Ecohuis en Trix planden activiteiten rond het thema. Voor Trix was dat Recharge, het startschot voor een nieuwe 'groene wind' die doorheen het Muziekcentrum zou gaan waaien. O.a. een milieubewustere muziekprogrammering en praktische ecologische veranderingen, moesten de Trixbezoekers bewust maken van de algemene klimaatsverandering en de oorzaken en gevolgen daarvan. Concreet bood de Recharge-avond enerzijds een podium voor akoestische, door fietsenergie

¹¹² "Green Your Venue", Julie's Bicycle, 2008

¹¹³ een project van de Europese commissie

aangedreven, concerten en daarnaast een podium voor artiesten met een uitgesproken milieubewuste visie. Doelstelling van de avond: de ecologische voetafdruk zo klein mogelijk houden in combinatie met enkele ecologisch geëngageerde Belgische topacts.

Dit soort specifieke ecologische events zijn eerder zeldzaam in muzikaal Vlaanderen. Trix wilde met Recharge een duurzaam statement maken en als eerste Vlaams muziekcentrum haar evenement wijden aan het ecologische thema. Het sensibiliserende aspect stond dan ook centraal. Door enerzijds ecologisch geëngageerde artiesten te programmeren en anderzijds het publiek zelf een actieve rol te laten spelen tijdens Recharge, wilde Trix het ecologisch bewustzijn van haar publiek vergroten. Deze combinatie maakte van Recharge een vernieuwend evenement. Trix wil met Recharge andere muziekcentra ertoe bewegen het groene thema naar hun publiek te communiceren, vanuit de overtuiging dat ook de muzieksector een sensibiliserende verantwoordelijkheid draagt.

Vlaamse muziekpodia en ecologie: praktijkonderzoek

1. Onderzoekskader

Is het thema ecologie aanwezig in de muzieksector, meerbepaald bij concertzalen en muziekpodia? Deze vraag groeide vanuit de ervaring en uitwerking van het ecologische stageproject Recharge in Muziekcentrum Trix en stond centraal gedurende de uitvoering van het praktijkonderzoek. Concreet werden er een negental muziekpodia bevroegd doorheen Vlaanderen. In de interviews werden enerzijds vragen gesteld rond ecologische, vaak praktische maatregelen. Anderzijds werd er gepeild naar de ecologische visie van elke organisatie.

Er werd meerbepaald gekozen voor acht eerder commerciële muziekpodia, dit zijn concertzalen die voornamelijk commerciële genres als pop en rock programmeren en één niet-commerciële concertzaal die voornamelijk opera en klassieke muziek programmeert, De Munt. Het commerciële aspect kan zo ook aan het niet-commerciële worden gekoppeld. Verder werd er bewust voor zowel grote als kleinere zalen gekozen en dit op verschillende locaties in Vlaanderen. Op deze manier wordt de heterogeniteit in het onderzoek bewaakt. De betrokken commerciële muziekpodia waren:

Concertzaal	Plaats	Geïnterviewde	Functie
Kinky Star	Gent	Mieke Waterschoot	Zakelijk medewerkster
Ancienne Belgique	Brussel	Marc Vrebos	Technisch directeur
Muziekodroom	Hasselt	Davy Agten	Personeelsverantwoordelijke
Muziekcentrum Trix	Antwerpen	Serge De Pauw	Stafmedewerker infrastructuur
Kunstencentrum België ¹¹⁴	Hasselt	Jo Lijnen	Algemeen directeur
4AD	Diksmuide	Jan Tamsin	Medewerker techniek en gebouwbeheer
Kunstencentrum Vooruit ¹¹⁵	Gent	Debbie Baute Hilde Van Der Straeten Caroline Van Peteghem	Projectcoördinator infrastructuur Administratie infrastructuur Pers en public relations
Het Depot	Leuven	Mike Naert	Algemeen directeur en artistiek programmator

Niet-commerciële concertzaal:

De Munt	Brussel	Bernard Walschaerts	Verantwoordelijke leefmilieu
---------	---------	---------------------	------------------------------

¹¹⁴ Dit kunstencentrum werd specifiek bevroegd over haar concertwerking

Uit de afgenomen diepte-interviews werden 7 thema's afgeleid die de geïnterviewden associeerden met het begrip ecologische duurzaamheid, namelijk: 'energie', 'recyclage', 'catering', 'mobiliteit', 'gehoorschade', 'interne werking' en 'publiekswerking'. In onderstaand hoofdstuk wordt iedere topic verder uitgelicht vanuit het praktijkonderzoek met de betrokken podia. De interviewvragen kunnen teruggevonden worden in de bijlage.

6. Duurzaamheid is...

Energie

De interviews rond ecologische duurzaamheid werden vrijwel door iedere ondervraagde in de richting van het onderwerp energieverbruik gestuurd. Omwille van die rede worden de interviewresultaten rond energie eerst behandeld. Onder energie kunnen de subthema's verbruik, infrastructuur en financiering geplaatst worden.

Verbruik

Energie wordt vrijwel meteen gekoppeld aan energieverbruik. Uit de interviews blijkt dat zeven op de tien betrokken concertzalen bewust zijn van hun energieverbruik. In de twee andere podia wordt het verbruik wel opgemeten door de feitelijke gebouweigenaar, maar het wordt niet aan de personeelsleden gecommuniceerd. Ze zijn er dus niet van op de hoogte. Nochtans zijn het net deze diepgaande **energieaudits** die bij vele organisaties de ogen hebben doen openen.

De energieaudit is een gedetailleerde analyse van de woning die een auditeur toelaat een balans op te maken van alle punten die kunnen worden verbeterd om het energieverbruik te verlagen.¹¹⁶

Zo een audit laat enerzijds toe om het huidige energieverbruik volledig in kaart te brengen, anderzijds kunnen er op basis van de resultaten aandachtspunten naar de toekomst toe worden geformuleerd. Een energieaudit of milieuscan moet altijd worden uitgevoerd door

¹¹⁵ Dit kunstencentrum werd specifiek bevroegd over haar concertwerking

¹¹⁶ "Een energieaudit", Brussels Instituut voor Milieubeheer, 2008

een gespecialiseerd energiebedrijf en brengt voornamelijk het elektriciteits- en gasverbruik in kaart, alsook het verbruik van warmte- en koelinstallaties en de isolatie van een gebouw. Als organisatie weten waar en hoeveel energie er wordt verbruikt, is een belangrijk beginpunt wil men ecologisch te werk gaan en minpunten kunnen aanpakken. Maar onafhankelijk van de hoeveelheid scans die een muziekzaal laat uitvoeren, verstandig omspringen met energieverbruik vraagt vooreerst een duurzame **attitude**. Deze stelling werd door de meerderheid van de betrokken organisaties onderstreept. “Het heeft geen zin om met dure lichtsensors en timers te gaan werken wanneer sommige personeelsleden vergeten de lichten in de burelen uit te doen aan het einde van hun werkdag”, aldus Serge De Pauw van Trix. Bij Kunstencentrum België gaan ze nog een stap verder in hun duurzame attitude. Zomer of winter, de verwarming wordt daar weinig of niet gebruikt. Tijdens voorstellingen worden er bij extreme koude dekens uitgedeeld en blijft de verwarming zo veel mogelijk uit. Ook de leuze van De Muntschouwburg “Ecologie = goede gewoonten” vat de noodzaak van een ecologische basisattitude mooi samen.

4AD werkt bewust niet met airconditioning en tracht opgewekte warmte te regenereren aan de hand van warmtewisselaars. Ze trachten zo hun warmteproductie en dus energieverbruik zoveel mogelijk in te perken. Toch kan de isolatie bij 4AD nog het ultieme duurzame verschil maken. Het gebouw bestaat namelijk grotendeels uit beton en verliest op de manier heel wat warmte. Het verbeteren van de isolatie, is dan ook voor meerdere muziekhuizen een noodzakelijkheid naar de toekomst toe. Ongeveer de helft van de ondervraagde muziekpodia maakt gebruik van het **HVAC-systeem**, ofwel het “Heating Ventilation Air Conditioning”-systeem. Dit is een energie-efficiënte installatie die zowel verwarming, als koeling en toevoer van verse lucht afregelt op de eisen van het gebouw en de omgeving. Op die manier wordt er enkel datgene geproduceerd wat noodzakelijk is. Een HVAC-systeem is vaak het onderdeel van een centraal **gebouwbeheersysteem**.

Een "Gebouwbeheersysteem" (GBS) wordt gebruikt om alle binnen het gebouw aanwezige installaties (regelingen), met name de elektrische en werktuigbouwkundige (E&W) installaties, centraal aan te kunnen sturen (reguleren), te bedienen en te laten samenwerken (communiceren).¹¹⁷

¹¹⁷ “Gebouwbeheersysteem”, Wikipedia, 2008

Ook het gebouwbeheersysteem draagt bij tot een zo efficiënt mogelijk energiegebruik. De muziekorganisaties die geen van bovenstaande systemen toepassen, gebruiken ofwel de verwarmingsinstallatie op een zo efficiënt mogelijke manier of zetten deze zelfs zo goed als uit (cfr. Kunstencentrum België).

Volgens de meerderheid van de ondervraagden is **verlichting** een ander belangrijk aandachtspunt met betrekking tot energieverbruik. Waar vroeger voornamelijk gloeilampen werden gebruikt, kiest men nu steeds vaker voor spaarlampen en led-verlichting. Hoewel led-lampen veel duurder zijn dan gloeilampen en spaarlampen, kennen ze een groot succes en dit omwille van hun zeer lage energieverbruik. Op termijn is het gebruik van led-lampen dan ook uitermate renderend. Sommige podia maken echter bewust niet overal gebruik van de **led-technologie**. Ze gebruiken het argument dat deze technologie nog niet op punt staat wat betreft het mengen van kleuren. Onder meer podiumspots moeten voldoende kleuren kunnen mengen om een optimaal resultaat te bekomen. Led-spots met een bevredigend kleurresultaat zijn voor vele concertzalen echter nog onbetaalbaar. Toch belooft men er wel in te investeren van zodra de prijzen dalen. De muziekzalen die nog niet werken met led-verlichting, gebruiken meestal wel spaarlampen waar nodig, of nieuwe generatie TL-lampen. Spaarlampen zijn weliswaar niet zo zuinig als led-lampen, ze verbruiken wel minder dan de omslachtige klassieke gloeilampen.

Maar energieverbruik doet natuurlijk ook denken aan **hernieuwbare energie**. AB, 4AD, Kunstencentrum België en De Munt maken gebruik van zonne-energie. 4AD kan zelfs alle noodzakelijke energie voor de concerten genereren uit haar zonnepanelen. Vooruit kan echter geen zonnepanelen plaatsen omwille van het monumentaal karakter van het gebouw. Ofwel voldoet de infrastructuur van de daken niet aan de vereisten voor zonnepanelen, ofwel valt er simpelweg geen direct zonlicht op het dak. Zonnepanelen plaatsen is dus niet altijd een haalbare kaart, zo blijkt. Hernieuwbare energie biedt meer mogelijkheden dan alleen energie uit eigen bronnen. Zo zijn er enkele centra die overgeschakeld zijn op **groene stroom**, bijvoorbeeld 'AlpEnergie' van Electrabel: energie afkomstig uit stuwdammen in de Franse Pyreneeën en het centraal massief.¹¹⁸ Onder meer AB en Vooruit tekenden voor 100 % groene stroom.

¹¹⁸ "Alpenergie", Electrabel, 2009

Wat vast staat is dat een zuinig energieverbruik hand in hand gaat met **nieuwe technologie**. Wanneer organisaties beschikken over nieuwe energietoestellen, zijn deze vaak duurzamer in hun verbruik in vergelijking tot vorige generatie apparatuur. Uiterst energiezuinige toestellen dragen de dag van vandaag het energielabel A+. Natuurlijk zijn dit soort machines vaak dure investeringen en beschikt niet elke concertzaal over dezelfde hoeveelheid financiële middelen om zulke bestedingen te kunnen realiseren. Toch is dit niet voor alle zalen een rede om investeringen uit te stellen. 4AD en AB bijvoorbeeld, proberen dat wat ze besparen op hun energiefactuur te herinvesteren in nieuwe technologie. Zij werken met prioriteitenlijstjes en durven zelfs projectsubsidies aan te wenden om investeringen te kunnen realiseren. Het lijkt erop dat duurzame keuzes voornamelijk worden genomen in de context van verbouwingen. Volgend luik gaat daarom verder in op de rol van infrastructuur met betrekking tot duurzaamheid.

Infrastructuur

“Het is een krot op een toplocatie” Mieke Waterschoot, Kinky Star

Voor alle concertzalen betekent **verbouwen** het moment om milieuvriendelijke investeringen te doen. Dit gaat namelijk vaak gepaard met extra financiële ondersteuning vanuit stedelijke context of vanuit het FoCI-fonds van het Vlaams Ministerie van Cultuur. Steden en gemeenten leggen meestal ecologisch duurzame bouweisen op waaraan alle organisaties moeten voldoen. Het blijkt dat grote werken of verbouwingen de keuze voor het duurzame bewerkstelligen. Naast de eisen van de steden, zijn er ook eisen vanuit monumentenzorg. Sommige culturele zalen huizen namelijk in beschermde monumenten, denk maar aan Kunstencentrum België, Vooruit en De Munt. Ondanks de beperkingen eigen aan die de bescherming, biedt gehuisvest zijn in een **monument** ook voordelen. Je krijgt als organisatie namelijk extra financiële premies vanuit de monumenten. Uiteraard biedt dit soort ondersteuning bijkomende duurzame mogelijkheden.

Maar de mate van duurzaam bouwen, bepaal je volgens enkele podia nog altijd zelf. Volgens Jan Tamsin van 4AD is duurzame infrastructuur bijvoorbeeld sterk afhankelijk van de architect die je kiest. De meeste architecten werken volgens de minimale duurzame eisen, maar er zijn er ook die proberen alles wat betreft infrastructuur zo duurzaam mogelijk te maken. “Het zijn net die soort vakmannen die je onder de arm moet nemen wil je als organisatie een duurzame infrastructuur creëren”, aldus Tamsin.

Toch is het niet altijd mogelijk om een concertgebouw duurzaam te renoveren. Kinky Star in Gent huurt bijvoorbeeld een privépand op de Vlasmarkt, een bekende uitgaansbuurt in de Gentse binnenstad. Vermits ze huren, kunnen ze nooit zelf structurele aanpassingen doorvoeren. De eindverantwoordelijkheid hiervoor ligt namelijk bij de privé-eigenaar van het pand. Dit leidt tot grote frustratie bij Kinky Star, aangezien zij zelf zo ecologisch mogelijk trachten te functioneren. De enige mogelijkheid om een duurzame concertzaal te zijn, is dus zelf het gebouw **beheren**. Om het probleem van Kinky Star op te lossen, ziet Mieke Waterschoot, zakelijk medewerkster Kinky Star, een eenmalige financiële injectie vanuit het Ministerie van Cultuur of vanuit de Stad Gent als enige oplossing. Hierdoor zou Kinky Star een eigendom kunnen aankopen en dus zelf kunnen beslissen over duurzame investeringen. Zelfs met een kleine financiële injectie, zou de organisatie al heel wat noodzakelijke verbeteringen kunnen aanbrengen.

Infrastructurele aanpassingen uitvoeren, vraagt dus wel wat geld. Wanneer dit nog eens duurzame aanpassingen zijn, moet er vaak nog meer geld op de tafel worden gelegd. Voor sommige muziekpodia is het net deze factor die een vergaande duurzame transformatie in de weg staat. Zo moest Trix het gros van hun duurzame verbouwplannen schrappen omwille van financiële redenen. Reden te meer om het financiële aspect even verder uit te diepen.

Financieel

“Energiezuinig werken is kostenbesparend” (alle bevroagden)

De bovenstaande stelling werd door het merendeel van de centra als feit aangehaald in de interviews. Net dit argument betekent voor de meerderheid dan ook de reden om voor duurzaamheid te kiezen. Toch wordt het financiële argument ook aangehaald als **drempel**. De eerder kleine muziekpodia, zoals Het Depot, Kinky Star en Muziekodroom, lijken omwille van hun grootte over minder duurzame keuzemogelijkheden te beschikken in vergelijking met hun grotere collega's. Dit kan echter niet worden gegeneraliseerd aangezien 4AD veel investeert in duurzaamheid en toch eerder behoort tot de kleine concertzalen. Volgens hen hangt duurzaamheid dan ook samen met keuzes maken. Kunstencentrum België lijkt eveneens het duurzame prioritair te stellen, ondanks het feit dat ze over minder financiële middelen beschikken dan bijvoorbeeld kunstencentra zoals Vooruit. Blijkbaar heeft de term

duurzaamheid een eerder kostelijke connotatie. Hierdoor ontwijken vele muziekpodia groene investeringen. Maar eenmaal men duurzame stappen heeft ondernomen, verdwijnt deze connotatie en ziet men de feitelijke pluspunten, namelijk een veel lagere energiefactuur. De uitspraak “Men is pas duurzaam, als het financieel rendeert!” van Serge De Pauw van Trix onderstreept deze bevinding. De middelen die men op de energiefactuur bespaart, scheppen op dus extra werkingmogelijkheden. In een sector waar besparingen schering en inslag zijn, is dit extra geld dan ook meer dan welkom.

Het financiële kader dat beslist over duurzame ondernemingen, bestaat meestal uit **infrastructurele subsidies**. Dit soort subsidies of premies komen ofwel vanuit stedelijke context of van een bevoegd fonds. Vermits vele muziekzalen eigendom zijn van de stad waarin ze gevestigd zijn, draagt de betrokken stad vaak rechtstreeks bij aan een al dan niet duurzame keuze. Investeringen en verbouwingen worden enerzijds door de bevoegde stedelijke instantie financieel ondersteund, anderzijds hangen daar vaak bepaalde voorwaarden aan vast, zo ook duurzame eisen. Ondanks het verplichtende karakter van dit soort stedelijke voorwaarden, beschouwen vele podia het als een stimulans om effectief duurzaam te gaan werken. Sommigen zoals Trix, AB en Het Depot geven zelfs toe dat ze niet in dezelfde mate met duurzaamheid bezig zouden zijn, als er vanuit de betrokken stad of het gewest geen bepaalde ‘druk’ zou worden opgelegd.

Ook bouwpremies van de Vlaamse Overheid worden in het algemeen enkel uitgereikt wanneer er volgens bepaalde duurzame voorwaarden wordt gewerkt. Toch zeggen sommige organisaties dat het nog beter kan en ze wijzen hierbij met de vinger naar **FoCI**, Fonds Culturele Infrastructuur van de Vlaamse Gemeenschap. FoCI ondersteunt culturele organisaties aan de hand van bouw- en verbouwpremies, maar het stimuleert en verplicht geen expliciet ecologische bouwmaatregelen. Volgens sommige podia is dit echter een noodzaak om veel meer organisaties te motiveren om effectief duurzame stappen te ondernemen. Uiteraard moet de premie dan evenredig zijn met de te nemen duurzame investering, bijgevolg zouden de premies hierdoor waarschijnlijk groter moeten zijn.

Hoewel overheidsgelden bepalend zijn, zijn er toch nog andere financiële mogelijkheden. AB en Vooruit bewijzen dat je als culturele organisatie ook rechtstreeks kan onderhandelen met **energieleveranciers**. Zij sloten financiële overeenkomsten met leveranciers als Electrabel en Eandis. Bij Vooruit werd onder meer de hoogrendementsketel gefinancierd

door Eandis. Door rechtstreeks te onderhandelen met de betrokken leverancier, verkrijgt je als organisatie vaak extra financiële steun. Ook 4AD werd voor haar aankoop van zonnepanelen financieel ondersteund en dit door BeauVent, een coöperatieve vennootschap die tracht mensen en organisaties te bewegen tot het gebruik van hernieuwbare energie. Over voldoende middelen beschikken om duurzame investeringen te kunnen realiseren, is volgens deze organisaties niet enkel een kwestie van het aantal beschikbare werkmiddelen en subsidies, maar ook van de actieve houding van de vereniging zelf. Men moet met andere woorden eigenhandig op zoek gaan naar investeerders en sponsors om tot extra kapitaal voor duurzame investeringen te komen.

Recyclage

“Sinds de invoering van de herbruikbare drankbekers is de hoeveelheid restafval met 50% gedaald” Marc Vrebos, AB

Onafhankelijk van de mate van duurzaam werken, sorteert iedere concertzaal haar afval, tenzij het niet gescheiden wordt opgehaald. Afval **sorteren** wordt dan ook in alle Vlaamse steden verplicht. Wanneer het vuilnis niet gescheiden wordt opgehaald, wordt het pas achteraf door afvalverwerkingsbedrijven gesorteerd. Organisaties waarbij dit het geval is, zouden in principe niet zelf moeten sorteren. Desondanks hebben het merendeel van deze concertzalen een sorteerbeleid. Sorteren is bij muziekpodia blijkbaar een evidentie geworden. Toch zijn er hier en daar nog verschillen. Zo kan er door het personeel wel worden gesorteerd, maar wordt alles tijdens en na de concerten in één vuilcontainer verzameld. Concertzalen met een uitgesproken milieubeleid¹¹⁹ of -visie zijn eerder geneigd consequent te sorteren. Toch ligt er eigenlijk weinig verantwoordelijkheid bij de betrokken muziekpodia. Vaak zijn ze onderworpen aan afvalregels voor bedrijven, opgesteld door het afvalverwerkingsbedrijf uit de regio. Het zijn die bedrijven die bepalen hoe er moet gesorteerd worden. Voor velen gaat sorteren dan ook gepaard met frustraties. De wil om goed en consequent te sorteren, is er wel, alleen wordt het de podia soms moeilijk gemaakt eigen keuzes daarin te kunnen maken.

¹¹⁹ zie “interne werking”

In alle concertzalen werd er een positieve evolutie vastgesteld rond **papiergebruik**. Men is er zich meer en meer van bewust dat er duurzame alternatieven zijn voor het gebruik van papier. Eerst en vooral is er gerecycleerd papier. De meerderheid van de ondervraagden, Kinky Star, Vooruit, AB, De Munt en 4AD beweert enkel te printen op gerecycleerd papier. 4AD print al meer dan 10 jaar op de gerecycleerde variant en heeft bewust het 4AD-tijdschrift vervangen door een online versie om zo papier te besparen. Voor hun drukwerk werken ze samen met een ecologische drukkerij die dezelfde prijzen hanteert als de gemiddelde goedkope drukker. Bij de meerderheid van de podia wordt er ook vaker recyclagepapier voor posters en flyers gebruikt. Al kan het ook daar nog beter volgens enkelingen, meerbepaald met het correcter inschatten van de hoeveelheid concertposters. In Trix bijvoorbeeld, zijn er vaak tientallen posters per concert over die dan moeten weggegooid worden. AB tracht dit op te lossen door intern posters af te drukken. Zo kunnen ze makkelijk bijgedrukt worden wanneer nodig. Sommigen gaan echter nog een stap verder in het inperken van het papiergebruik en gebruiken enkel online communicatievormen om reclame te maken voor geplande concerten. Op die manier wil men komaf maken met de klassieke, papierverslindende folder. Daarop aansluitend wordt er bij AB en Het Depot een strikt flyerbeleid opgelegd. Flyers van andere organisaties mogen enkel buiten worden uitgedeeld en komen dus de muziekclub niet in. De folders buiten mogen daarenboven enkel in de hand worden uitgedeeld, wat wil zeggen dat de mensen die flyers uitdelen, ook geen flyers mogen laten liggen. AB beperkt zijn papieren pamfletten tot algemene concertoverzichten en biedt deze enkel aan binnen de muren van de organisatie zelf.

Een andere recyclagekwestie is die van het regenereren van **regenwater**. Regenwaterputten zijn steeds vaker het onderdeel van een duurzame verbouwing. Het opgespaarde regenwater kan immers dienen als spoelwater voor onder meer sanitaire installaties. Trix en 4AD hebben zo een regenwaterput. Hun waterverbruik daalde sindsdien dan ook aanzienlijk. Andere concertzalen regenereren hun regenwater niet, maar vaak probeert men op water te besparen door het gebruik van debietbeperkers en onderbreekknoppen op alle kranen. Met deze twee eenvoudige ingrepen, kan AB 43% water besparen op jaarbasis. In Vooruit gaat men nog een stap verder en gebruikt men waterloze urinoirs. Deze verbruiken dus geen water en besparen zo heel wat uit per jaar.

Catering

“Bier smaakt slecht in herbruikbare bekens” Mike Naert, Het Depot

Het soort bekens dat men gebruikt tijdens en na concerten, is een hot item binnen het muziekclubcircuit. Onder meer AB en 4AD waren pioniers in het gebruik van **herbruikbare bekens** en hanteren deze al meer dan tien jaar in hun dagdagelijkse concertwerking. Een herbruikbare beker of wisselbeker is een beker gemaakt van polycarbonaat en is gekend omwille van zijn stevigheid. Bij AB belonen ze het publiek wanneer de wisselbeker wordt teruggebracht. Per ingeleverde beker krijg je €0,20 terugbetaald. Omdat niet iedereen de bekens terugbracht, werden er speciale bekervuilnisbakken geïnstalleerd. Het geldt dat AB hiermee wint, wordt geschonken aan een goed doel. Op die manier wil men mensen mobiliseren om de beker niet zo maar weg te gooien bij het gewone restafval.

Daarnaast is er ook het alternatief van **biologisch afbreekbare bekens**. Deze bekens zijn gemaakt uit mais, kunnen op een biologische manier worden afgebroken. Ze moeten dus niet zoals restafval verbrand worden. Biologische bekens zorgen bijgevolg voor een veel kleinere afvalberg. Trix en Vooruit maken gebruik van dit soort bekens maar staan toch zelf wat kritisch tegenover het allesbehalve ecologische productieproces. Daarnaast stellen ze ook de vraag of het gebruik van voedsel wel ethisch te verantwoorden is in een wereld waar enorm veel honger wordt geleden. Tevens zou het om genetisch gemanipuleerde maïs gaan volgens AB en moeten de bekens apart worden opgehaald. Maar toch zien Trix en Vooruit de maïsbeke als een goed begin en willen ze de duurzame stap van Alken-Maes, de enige Belgische bierbrouwer die de bekens gebruikt, dan ook sterk aanmoedigen. Andere fabrikanten kunnen er een voorbeeld aan nemen volgens hen.

De biologische beker is niet de enige die **kritiek** krijgt, ook rond herbruikbare bekens worden er scherpe vragen gesteld en dit door Het Depot en Trix. Zij staan eerder kritisch tegenover de zogezegde duurzaamheid van een wisselbeker. Hij is misschien wel stevig en kan daarom langer mee, maar wanneer de beker versleten is, moet hij ook worden afgebroken, aldus de twee concertzalen. Volgens Trix vraagt de afbraak van een wisselbeker meer werk en heeft deze beker dus een grotere milieubelasting dan de klassieke wegwerpbeker. Ook de schoonmaakproducten van herbruikbare bekens zijn niet echt milieuvriendelijk te noemen beweert Het Depot. Daarnaast proef je die producten ook wanneer je van de beker drinkt, aldus Mike Naert van Het Depot. Wil je toch duurzame bekens gebruiken, zo blijkt, dan moet

je keuzes maken en lobbyen met de betrokken drankleveranciers en sponsors. Trix ondervond druk van Coca Cola om kleine 20 centiliterflesjes te gebruiken, maar ze weigerden de huidige glazen 1 literflessen te vervangen door de nieuwe, sterk vervuilende kleine flesjes. Uiteindelijk mocht Trix na veel onderhandelen de glazen flessen behouden. Blijkbaar is het dus niet altijd gemakkelijk om duurzame keuzes te maken die tegen de wil ingaan van de betrokken leveranciers of sponsors.

In Kunstencentrum België maken ze zo veel mogelijk gebruik van glazen in plaats van bekers omdat dit de meest duurzame manier is van drank schenken. Wanneer er toch plasticen bekers worden gebruikt, worden die afgewassen door het personeel. Desalniettemin is het gebruik van glas niet altijd praktisch haalbaar. Vooruit bijvoorbeeld is omwille van veiligheidsredenen verplicht om glas te weren op grote evenementen en fuiven. Enkel in het café wordt er drank in glas geschonken. Ook de wisselbeker brengt geen soelaas vermits deze tijdens grote festiviteiten toch dreigt te sneuvelen. Ook anderen delen de visie van Vooruit omtrent het weren van glas. Ook zij zijn dus genoodzaakt alternatieven te zoeken tijdens grotere evenementen. De biologisch afbreekbare beker lijkt als optie aan terrein te winnen. Muziekodroom, Kinky Star en Het Depot blijken de enigen die de wegwerpbeke niet structureel bannen. Zij vinden de zogezegde ecologische alternatieven niet duurzaam genoeg en zien geen manier om duurzame compromissen te maken met de gebruikte brouwer.

Er kunnen echter nog andere duurzame keuzes worden gemaakt met betrekking tot de catering van een concertzaal. Zo biedt de cateringmarkt steeds meer fairtrade-producten aan zoals fruitsappen, wijnen en chips. Het doel van **fairtrade** (letterlijk 'eerlijke handel') - producten is duurzame ontwikkeling in de internationale handel uitbouwen, met name de export van arme landen uit het zuiden naar rijke westerse landen bevorderen. Men wil dus boeren uit het zuiden een eerlijke prijs geven voor hun producten.

Een prijs die in verhouding staat tot de werkelijke productiekosten, en niet een prijs die wordt bepaald door de verhoudingen op de internationale markt. Fairtrade-producten dienen daarnaast te voldoen aan strenge milieueisen.¹²⁰

¹²⁰ "Eerlijke handel", Wikipedia, 2011

Zes van de negen zalen bieden fairtrade-dranken (Oxfam) aan. De andere drie verkopen geen fairtrade-dranken omdat hun brouwer ze niet zou willen aanbieden. Het brouwersargument wordt echter weerlegd door de fairtrade-aanhangers. Volgens hen moet je als concertzaal zelf eisen dat er fairtrade-producten worden aangekocht. Waar aanvankelijk sommige brouwers de fairtrade-boot wat zouden afgehouden hebben, lijkt men toch van idee te veranderen eens de producten worden verkocht.

Naast drank moeten Muziekpodia ook **eten** voorzien voor de optredende artiesten en soms ook voor de eigen medewerkers. Ook hier lijkt men regelmatig voor Bio-producten en streekgebonden voedingswaren te kiezen. Etenswaaren uit de streek zijn minder milieubelastend omdat ze niet ver vervoerd moeten worden. Biologische voedingswaren zijn vrij van pesticide en dus een ecologisch alternatief voor de milieuvriendelijke landbouw. Er zijn echter podia die nog een stapje verder gaan met hun duurzame catering. Zo houdt Vooruit elke donderdag 'veggiedag', waar zowel medewerkers, artiesten als cafébezoekers enkel kunnen kiezen uit een vegetarisch aanbod. 4AD biedt elke dag van de week uitsluitend vegetarische maaltijden aan de artiesten aan. AB werkt momenteel een cateringprogramma uit dat enkel werkt met biologische producten uit de streek. Bij AB zijn ze zich namelijk sterk bewust van het grote aandeel van voeding in de ecologische voetafdruk van de mens.

Mobiliteit

In Vooruit worden medewerkers zo veel mogelijk aangemoedigd om te voet, met de **fiets** of het **openbaar vervoer** te komen. Personeelsleden die met de fiets komen, krijgen een extra fietsvergoeding. Ook in AB tracht men medewerkers te engageren om de auto zo veel mogelijk thuis te laten. De podia die dichtbij een treinstation liggen, beseffen dat ze het publiek moeten stimuleren om te kiezen voor de trein in plaats van de auto. Zo houdt Het Depot in zijn concertprogrammatie rekening met de treinen. Concerten stoppen ten laatste rond elf uur, eveneens het uur van de laatste treinen naar Antwerpen, Brussel en Gent. Het Depot communiceert deze treinen aan het publiek en hoopt zo de keuze voor de trein of ander openbaar vervoer te vergemakkelijken. In de toekomst wil de Leuvense concertzaal de samenwerking met NMBS (de nationale maatschappij der Belgische spoorwegen) en de promotie rond openbaar vervoer nog verder optimaliseren.

Ook AB stemt haar programmatie zo veel mogelijk af op vertrekuren van de laatste treinen naar andere grote steden.

Ondanks het treinaanbod kiezen veel bezoekers toch voor de auto. Om de transportkeuze zo duurzaam mogelijk te maken, werken 4AD en AB met een carpooltool op hun website. Concreet kunnen concertbezoekers vrije autozitplaatsen ter beschikking stellen of zich kandidaat stellen om te **carpoolen** met anderen. AB belooft carpoolers, minimum drie personen in één auto, met een 'één-uur-gratis-parkeren-ticket'. Zo willen ze het publiek stimuleren om zo duurzaam mogelijk met de auto te rijden. De carpooltool van 4AD lijkt niet echt aan te slaan bij het publiek. Dit doet hen wel zoeken naar andere manieren om het carpoolen te promoten, bijvoorbeeld via concerttickets. Ook Vooruit wil in de nabije toekomst een online carpoolcommunity oprichten vanuit de overtuiging dat carpooling het overvloedig en onnoodzakelijke autogebruik kan tegengaan.

Opvallend is de **communicatie** rond duurzame vervoersalternatieven. Slechts een minderheid van de podia, Trix, AB, De Munt en Vooruit, legt op hun website uit hoe men met het openbaar vervoer aan de concertzaal kan geraken. Andere organisaties beperken zich meestal tot een routebeschrijving voor auto's of zelfs enkel tot de adresgegevens. Bezoekers worden dan verwacht zelf op te zoeken hoe ze zich met het openbaar vervoer naar de betrokken concertzaal kunnen verplaatsen.

Uiteraard moeten ook **artiesten** van en naar de concertzaal in kwestie worden gebracht. Vaak verplaatsen ze zich in een karavaan van tourbussen en vrachtwagens. Hoewel steeds meer bands voor een duurzaam alternatief lijken te kiezen, blijft het volgens de meeste zalen een moeilijke opgave om artiesten warm te maken voor duurzame transportalternatieven. Toch zijn er enkele kleine ingrepen vanuit muziekorganisaties die artiesten ertoe kunnen aanzetten zich duurzaam te verplaatsen. Vooruit laat bands bijvoorbeeld niet meer met de auto ophalen aan de luchthaven van Zaventem, maar biedt hen treintickets aan. Ook het vervoer naar de hotels waar de artiesten verblijven, doet Vooruit zo veel mogelijk via fietsen of zelfs taxifietsen. 4AD probeert het artiestentransport zo veel mogelijk te beperken door zelf onderdak aan te bieden. Naast de concertzaal biedt 4AD enkele hotelkamers en andere noodzakelijke voorzieningen aan voor muziekgroepen. Dit maakt het onnodig om artiesten onder te brengen in naburige hotels en maakt dus op die manier komaf met het vervoer van en naar hotels.

Geluidshinder

Duurzaamheid wordt door de ondervraagde muziekpodia ook geassocieerd met geluidshinder. Vlaams cultuurminister Schauvliege voert campagne tegen gehoorschade en maakt plannen om de muzieksector te onderwerpen aan een decibellimiet. Geluidshinder en gehoorschade zijn dan ook hot topics in de muzieksector.

Geluidshinder wordt door elke zaal bewust vermeden. Zowel op het gebied van infrastructuur als op het publieksniveau worden maatregelen genomen waar nodig. Voornamelijk de zalen die in woonwijken liggen (4AD, Kinky Star, Vooruit, Het Depot en Kunstencentrum België) houden extra rekening met **geluidsoverlast** voor burens. Aan de hand van isolatie-ingrepen en architecturale aanpassingen, kan er volgens hen heel wat geluidsoverlast worden tegengegaan.

De kwestie van **gehoorschade** werd door iedere concertzaal uitvoerig aangehaald. Hoewel algemeen geweten is dat de muzieksector weigerachtig staat tegenover de 100 decibellimiet van Minister Schauvliege, is de algemene reactie onder de ondervraagden redelijk positief. De meerderheid van de muziekpodia blijkt de maatregel zelfs al langere tijd toe te passen. Muziekodroom, Het Depot, Vooruit, 4AD en Kinky Star voeren een echt gehoorbeleid. Naast het uitdelen of verkopen van de betere oordopjes, voeren zij ook campagne rond de gehoorproblematiek. Muziekodroom bijvoorbeeld, werkt nauw samen met het Limburgse project "All Ears". De stichter van de concertzaal kampt zelf met serieuze gehoorschade door te luide muziek en heeft daarom een streng gehoorbeleid ingevoerd in de organisatie. Ook Vooruit voert een gehoorcampagne en werkt samen met de Nederlandse organisatie "Ear Proof". Het Depot organiseert meerdere keren per jaar momenten waarop het publiek de oren kan laten nakijken. Op dit soort bijeenkomsten kan men eveneens oordoppen op maat laten maken tegen democratische prijzen. Daarnaast tracht Het Depot met specifieke boodschappen op tickets haar publiek te sensibiliseren rond de problematiek. Kinky Star deelt dan weer gratis oordoppen uit op de Gentse Feesten en probeert mensen attent te maken op het gehoorrisico via hun tijdschrift.

Daarnaast beseffen ook alle organisaties dat ze het probleem moeten aanpakken aan de oorsprong, namelijk de geluidsinstallatie. Zoals eerder gezegd passen alle ondervraagde muziekzalen de limiet van 100 decibel reeds toe. Toch wil dat niet zeggen dat hierdoor de

problemen zijn opgelost. Muziekgroepen hebben soms zelf een geluidstechniker mee die de volume dus eigenhandig kan bepalen. Hoewel sommige zalen de betrokken bands trachten te sensibiliseren, ligt de controle dus niet altijd bij de organisatie. Zeker grotere artiesten weigeren wel eens te luisteren naar de opgelegde limiet. Organisaties hopen dan door het verkopen of aanbieden van oordopjes de schade te kunnen beperken. Die zalen die oordoppen te koop aanbieden, motiveren hun vraagprijs aan de hand van de duurzaamheid en kwaliteit van de betreffende dopjes.

Interne werking

De mate van ecologisch werken hangt nauw samen met de manier waarop duurzame maatregelen worden vertaald in de dagdagelijkse werking van een organisatie, zo blijkt uit de interviews. Er zijn bijvoorbeeld organisaties met een zogenaamd '**eco-team**' of ecologische werkgroep. In het begin zijn dit vaak enkele personeelsleden met een ecologische overtuiging die de duurzame boodschap willen overbrengen naar de rest van het team. Steeds vaker groeien deze spontane bijeenkomsten uit tot een structureel eco-team. Dit is een werkgroep die bestaat uit werknemers uit elke afdeling en op vaste tijdstippen samenkomt om rond het thema duurzaamheid te werken. AB, De Munt en Vooruit hebben zo een eco-team. De andere concertorganisaties hechten meestal weinig of geen waarde aan interne structurele samenkomsten over duurzaamheid. Zij geloven in een meer spontane aanpak of zijn in sommige gevallen zelfs niet expliciet met ecologische duurzaamheid in hun dagdagelijkse werking bezig.



logo ecoteam © AB

Eco-teams realiseren concrete duurzame afspraken of doelstellingen en schrijven die vaak neer in een **milieubeleidsplan**. Zowel AB als Vooruit en De Munt werken met een dergelijk plan waarin de duurzame doelstellingen en realisaties vooropgesteld worden die men de volgende jaren wil bereiken. Een milieubeleidsplan is op de werking van de hele instelling

van toepassing, dit wil zeggen dat ieder personeelslid wordt betrokken in de uitvoering ervan. Het behandelt bijgevolg zowel infrastructurele kwesties, alsook interne, personeelsgerichte maatregelen zoals bijvoorbeeld printmanieren en fietsgebruik, die gecommuniceerd worden via vergaderingen en personeelsvalven.

Een ecologisch beleidsplan ontstaat uiteraard niet vanzelf. Vaak moet er een aanzet gegeven worden van buitenaf. Vooruit en AB werden in hun hele ecologische omschakeling **gecoached** door Ecolife, een Belgische milieuorganisatie die bedrijven en organisaties wil begeleiden in hun ecologische gedragsverandering. Concreet ontwikkelen zij meetinstrumenten en workshops op maat van hun klanten en begeleiden zij hen doorheen het proces van duurzame transitie. Eén van de eerste stappen die Ecolife onderneemt, is het uitvoeren van een milieugedragscan. Deze scan peilt naar het milieubewustzijn van het betrokken personeel. Wil men als organisatie ecologisch bewust handelen, dan is een algemene gedragenheid noodzakelijk. De visie en motivatie betreffende dit thema, vormen het fundament voor een verdere ontwikkeling, aldus Ecolife.¹²¹ Eco-life werkt voornamelijk rond attitudevorming en algemene gedragenheid van het duurzame thema. Initiatieven zoals Eco-life leiden tot de samenstelling van een intern eco-team, dat zelfstandig de duurzame werking verderzet. Vooruit gaf een specifieke naam aan haar werkgroep duurzaamheid, namelijk 'de groene Vooruit'. De groep tracht niet alleen de Vooruit-werknemers warm te maken om duurzaam te werken, maar ook het Vooruit-publiek. In volgende rubriek 'publiekswerking' zal er verder worden ingegaan op het publieksaspect van 'de groene Vooruit'.

Soms worden ludieke acties georganiseerd onder het personeel. Zo was er 'operatie écotoff' in De Munt, een interne actie om het ecologische beheer, het uitschakelen van verlichting, computers en ander elektronisch materiaal, te promoten. Ook Vooruit kiest er ook voor om interne en externe milieuacties eerder ludiek vorm te geven. Blijkbaar is humor een geschikt bindmiddel tussen bewustwording en attitudeverandering.

Concertzalen die geen milieubeleidsplan hanteren, zeggen te handelen met **gezond verstand**. Ze passen die maatregelen toe die ze vanzelfsprekend vinden en trachten in hun dagdagelijkse werking rekening te houden met milieuvriendelijkere handelingswijzen. Toch zijn er ook enkele kritische stemmen. Zo is er in Trix nood aan een grotere betere

¹²¹ "Milieugedragscan", Ecolife, 2011

bewustwording rond het thema zodat alle personeelsleden consequenter te werk gaan. Hoeveel er ook gehamerd wordt op milieuvriendelijk gedrag, de gedragenheid en het bewustzijn moeten aanwezig zijn wil men echt iets kunnen veranderen. Een milieubeleidsplan en -coaching kunnen nuttig zijn, maar dan nog moet er interne opvolging zijn als men het effect ervan wil bestendigen. Volgens Het Depot staat het thema duurzaamheid allesbehalve op de agenda van de clubcircuitbijeenkomsten. Duurzaamheid betekent volgens Mike Naert duurzaam werken, ecologisch handelen binnen de mogelijkheden die je als organisatie hebt.

AB en Vooruit geven toe dat druk van buitenaf noodzakelijk is om tot concrete realisaties te komen. Zo ondertekende AB het **charter** 'ecodynamisch ondernemen' van het Brussels Instituut voor Milieubeheer. Om dit label te mogen behouden, is men als Brusselse onderneming verplicht om elke drie jaar een milieubeleidsplan in te dienen en dus om jaarlijks het interne milieubeleid te evalueren. 4AD ondertekende het charter 'duurzaam ondernemen' van de provincie West-Vlaanderen. Ook dit charter verwacht een structurele beleidsvoering rond ecologisch werken. Als organisatie een duurzaam charter ondertekenen of een ecologisch label aanvragen, blijkt de motivatie en consequentie sterk te verhogen. Externe druk of controle wordt dus als ultieme duw in de rug ervaren.

Naast het beleidsmatige is er uiteraard ook het dagdagelijkse onderhoudaspect binnen een muziekorganisatie. Hoewel een duurzaam **onderhoud** voornamelijk gericht is op het gebruik van ecologische onderhoudsproducten, heeft onderhoud volgens de bevraagde podia toch ook met attitude te maken. Het is namelijk belangrijk de onderhoudsmedewerkers er op te wijzen consequent de duurzame maatregelen toe te passen. Voldoende begeleiding en bijscholing zijn noodzakelijk volgens enkele podia, als men de medewerkers wil motiveren en bewustmaken. Sommige concertzalen werken echter samen met externe onderhoudsfirma's. Wanneer het betrokken bedrijf duurzaamheid niet centraal stelt, is het als 'klant' moeilijk om duurzame eisen te stellen. Uiteraard kiezen sommige zalen voor een specifieke firma omwille van hun duurzame werkwijze. In AB wordt elke medewerker, onafhankelijk van welke functie die uitoefent, gewezen op noodzakelijke duurzame handelingen als tijdig het licht uitdoen, deuren sluiten, ... Men maakt er gebruik van extra visuele stimulatie, bijvoorbeeld een bijschrift (zie afbeelding) of pictogram. Op die manier tracht men milieuvriendelijke gewoontes te creëren.



© AB 2009

Publiekswerking

“Als het aan de jongens van de marketing ligt, vergroten ze elke ecologische ingreep. Ik hou dit tegen, want ecologisch moet je zijn, niet verkopen!” Marc Vrebos, AB

Sensibilisering

Muziekpodia hebben vaak een bepaald intern milieubeleid of maken specifieke duurzame keuzes in hun dagdagelijkse werking. Maar daarnaast hebben concertzalen ook een publiekswerking, dit wil zeggen een bepaalde manier waarop ze met hun publiek omgaan. Het praktijkonderzoek wees uit dat slechts een minderheid van de concertzalen haar publiek wil sensibiliseren. Zelfs wanneer men acties rond duurzaamheid organiseert, wordt iedere vorm van **bevoogding** uit de weg gegaan en wordt de interpretatie aan het publiek zelf overgelaten.

4AD, Vooruit en Kunstencentrum België spelen in op het bewustzijn van hun publiek. 4AD communiceert haar groene ingrepen aan de concertgangers via affiches en dergelijke. Onder meer het gebruik van zonnepanelen wordt aan de voorgevel van het gebouw letterlijk in de spotlight gezet. Vooruit organiseert regelmatig **evenementen** rond het duurzame thema. Zo organiseerden ze reeds ‘The Game is Up’, ‘How to Save the World in 10 Days’ en ‘Earth Hour’ en houden ze jaarlijks een ‘dikke truiendag’ (zie afbeelding).



© Vooruit 2010

Daarnaast is het elke donderdag veggiedag en wordt ook deze activiteit extra onder de aandacht gebracht. Vooruit communiceert haar duurzame ingrepen op hun website en blog onder de titel 'De Groene Vooruit'. Op die manier hoopt men zo veel mogelijk mensen te kunnen bereiken met hun good practices. In hun milieubeleidsplan geeft Vooruit uitleg over het sensibiliserende aspect van het toegepaste milieubeleid. Ze benadrukken, voornamelijk het personeel, te willen sensibiliseren aan de hand de vier E's: 'enable', 'encourage', 'engage' en 'exemplify'. Het komt erop neer dat men duurzaamheid wil aanmoedigen, maar ook mensen wil betrekken in het duurzaamheidsproces. "Via groepsmatige stimulansen zullen veranderingen beter aanvaard worden", aldus Vooruit. Als laatste wil men de voorbeeldfunctie benadrukken aangezien men op die manier makkelijker de gedragswijziging bij anderen kan promoten. Ook Kunstencentrum België organiseert regelmatig educatieve activiteiten rond het duurzame thema. Zo programmeren ze drie keer per jaar een film met een ecologische boodschap waar nadien een debat aan wordt gekoppeld. Daarnaast plant men voorstellingen in met een milieubewuste boodschap, zoals Don Kyoto van Dimitri Leue. Vooruit en Kunstencentrum België willen ondanks hun aandacht voor het thema, allesbehalve bevoogdend zijn en benadrukken dat werken rond duurzaamheid geen voorrang heeft op andere belangrijke maatschappelijke thema's. "Het is een thema zoals een ander".

AB gelooft niet in sensibilisering en houdt zich daar dan ook niet mee bezig. Hun core business is en blijft muziek. Het duurzaam beleid dat AB voert, is vooral vanuit een eigen verantwoordelijkheid: het kunnen bijdragen aan een beter leefmilieu. Ze delen dezelfde visie als Kinky Star, 4AD en Trix namelijk: 'Do it yourself'. Het Depot hanteert een gelijknamig motto, namelijk 'Groen moet je doen, niet verkopen'. De Munt wil eerst een sterke interne werking op touw zetten, alvorens haar duurzaam beleid aan het publiek te communiceren. Sensibilisering is dus nog niet aan de orde.

Trix lijkt als enige concertzaal gebruik te maken van **thema-evenementen** als Recharge, een ecologisch eendaags muziekevent. Ondanks de grote sensibiliserende waarde ervan, hebben veel ondervraagden kritiek op soortgelijke thema-activiteiten in de muzieksector. Zelfs Trix maakt negatieve kanttekeningen bij Recharge. "De duurzaamheid (in tijd) van zo een eenmalig event is namelijk ver zoek". "Misschien", zo gaat men verder, "bereik je wel wat mensen met je groene boodschap, je moet als organisatie zelf ook voldoende duurzaam werken, anders ben je hypocriet bezig en mis je het effect van je actie". Daarnaast wordt het

argument van scoren voor eigen publiek meermaals op tafel gelegd. Men zou met dergelijke 'groene' evenementen die mensen bereiken die hoe dan ook al milieubewust zijn. Velen stellen zich dan ook de vraag welk nut dit soort activiteiten heeft. Volgens Het Depot zijn gebeurtenissen als Recharge slechts een doekje voor het bloeden. Of, zoals 4AD het benoemt, een 'gimmick'. Wanneer een thema-evenement niet duurzaam is in tijd, worden er door de ondervraagde podia dus duidelijk kritische bemerkingen gemaakt rond de waarde ervan.

Imago

“Over de groene vlag moet men eerlijk zijn!” Mike Naert, Het Depot

In het algemeen hecht men weinig geloof aan de effecten van een ecologische attitude op het imago van een muziekorganisatie. Het woord imago heeft bij de meeste zalen dan ook een **negatieve bijklank**. Kunstencentrum België stelt dat milieubewustzijn een evidentie moet zijn en zeker niet als imagoversterker mag worden ingezet. Wanneer men enkel imagogericht is, valt men door de mand, aldus Kunstencentrum België. Ook Kinky Star onderstreept het gevaar van zogezegde 'hot topics' of trends. Toch beschouwt 4AD 'het groene imago' als positief, zolang men het niet als modetrend beschouwt en zich consequent duurzaam engageert. Er zijn volgens 4AD echter wel wat spelers in het veld die het hot topic-argument gebruiken om niets te moeten realiseren rond duurzaamheid. Omdat het een modeverschijnsel is, gelooft men dat het toch niets zou uitmaken om er in te investeren, aldus 4AD.

In het imagoverhaal keert er steeds één element terug, namelijk dat van de Belgische **festivals**. Bij de ondervraagde podia heerst er namelijk frustratie omtrent de zogezegde duurzame festivals. Het idee is dat die festivals helemaal niet duurzaam zijn, alleen al rekeninghoudend met hun ecologische impact op korte tijd. Het Depot vraagt zich ook af in hoeverre het festivalpubliek bewust is van die zogezegde duurzaamheid. Anderen, zoals Trix, Muziekodroom en AB, stellen zich de vraag in hoeverre duurzaamheid in het festivalkader geen marketingtool is. Ecologie is namelijk een hot topic, een populair thema en verkoopt dus goed. Het Depot nuanceert haar kritiek wel met de opmerking dat iedere duurzame inspanning uiteraard nuttig is. Het is alleen de manier waarop men zich duurzaam profileert die vaak aan de hypocriete kant is volgens Het Depot. “Festivals blijven namelijk vervuilende

gebeurtenissen.” AB zegt geen rekening te houden met het imago-effect. “Het zijn de maatregelen die je als organisatie neemt die er toe doen, de rest – ook imago – is bijzaak”. AB erkent wel dat marketing vaak om de hoek ligt. Marc Vrebos, technisch directeur van AB, houdt de marketingafdeling dan ook bewust weg van het duurzame thema. Het ecologische AB-verhaal moet volgens hem losgekoppeld blijven van het commerciële beleid. 4AD tenslotte vindt dat het in de duurzame kwestie vooral belangrijk is continu de vinger aan de pols te houden, veel belangrijker dan de communicatie daarover.

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

“Waar is de huidige Bob Dylan?” Serge De Pauw, Trix

Met deze stelling beantwoordt Serge De Pauw van Trix de vraag welke maatschappelijke verantwoordelijkheid een concertzaal draagt. Volgens hem is **muziek** nog altijd het beste ‘glijmiddelmedium’, een kanaal waarlangs belangrijke maatschappelijke boodschappen kunnen worden verspreid. Alleen heeft muziek vandaag de dag een meer individualistische oriëntatie dan vroeger en wordt er minder verwacht dat het de wereld zal verbeteren. Een ecologische boodschap verspreiden via muziek, is dan ook een niet zo voor de hand liggende uitdaging, aldus Serge De Pauw. Voor AB heeft muziek wel nog een sterk beïnvloedende functie. Steeds meer artiesten beginnen namelijk hun verantwoordelijkheid te nemen in de duurzame omwenteling. Deze artiesten kunnen hun fans en ook andere muziekgroepen beïnvloeden met hun duurzaam gedrag, op die manier kan men aan de hand van muziek dus wel wat teweegbrengen. In 4AD benadrukken ze hun geloof in kunst als katalysator aan de hand van een leuze aan de muur, namelijk: “Kunst kan de wereld redden”.

De Munt heeft een duidelijke visie op de rol die ze speelt in de samenleving. “Zoals iedereen van ons, heeft De Munt een impact op het milieu.” Daarom wil De Munt haar **verantwoordelijkheid** nemen aan de hand van ecologisch duurzame maatregelen, namelijk de CO2-uitstoot verlagen, het aankoopbeleid afstemmen op duurzame producten, enz. Maar daarnaast wil men bij De Munt ook een publieke verantwoordelijkheid opnemen vanuit de overtuiging dat wie gefinancierd wordt met belastinggeld, zich ook ten dienste moet stellen van de belastingbetaler. Tenslotte wil De Munt als culturele organisatie een duurzame boodschap naar buiten brengen, wetende dat culturele organisaties mensen kunnen beïnvloeden. Maar eerst willen ze hun ecologische beleid voldoende uitbouwen.

Cultuur en dus ook muziek, zijn volgens de ondervraagden echter geen gebiedende instanties. Kunstencentrum België benadrukt dat ze dit ook niet willen zijn. **Verandering** moet altijd van onderuit groeien, zo luidt het daar. Die verandering kan wel versterkt worden door de wisselwerking tussen het publiek en de organisatie, bijvoorbeeld aan de hand van activiteiten. Het Depot gelooft niet dat cultuur fundamentele gedragsveranderingen kan teweegbrengen. Wel kan cultuur, en dus ook muziek, boodschappen ondersteunen. Toch moet het mensen vooral gemakkelijk worden gemaakt, willen ze met de noodzakelijk verandering instemmen. Cultuur is dus niet voldoende om mensen aan te sporen tot verandering. “Vandaar dat het financiële aspect zo doorslaggevend is in die hele ecologische evolutie. Rendeert het financieel, dan kiest men er ook voor”, aldus Mike Naert van Het Depot.

Waar min of meer de meeste podia het over eens zijn, is dat de grootste verantwoordelijkheid van muziekpodia schuilt in de **voorbeeldfunctie** voor anderen. Trix denkt slechts een beperkte invloed op haar publiek te kunnen uitoefenen, vermits mensen vooral naar een concertzaal komen omwille van de programmatie. Toch beseffen ze wel invloed op collega-organisaties uit de sector te kunnen uitoefenen. Goede praktijken zetten anderen namelijk aan hetzelfde te doen. “We zijn één van de zovele schakels die bijdragen tot de ecologische ommezwaai”, aldus Trix. Ook AB, Vooruit en 4AD zijn sterk overtuigd in de kracht van voortrekkers en voorbeelden in de hele ecologische transitie.

Toch zien de betrokken muziekpodia ook een belangrijke rol weggelegd voor andere maatschappelijke actoren. Zo vindt men het onderwijs cruciaal in het aanleren van een ecologische attitude en milieubewustzijn. Daarnaast ligt volgens hen de eindverantwoordelijkheid van de ecologische transitie bij de overheid. De betrokken podia zijn ervan overtuigd dat de overheid eerst en vooral zelf als goede praktijk naar buiten moet treden. Daarnaast is de overheidsondersteuning, financieel en inhoudelijk, noodzakelijk om een structurele transitie mogelijk te maken. Muziekodroom tenslotte, stelt concreet dat een algemeen ecologisch manifest voor de muzieksector pas echt de globale doorslag zou geven.

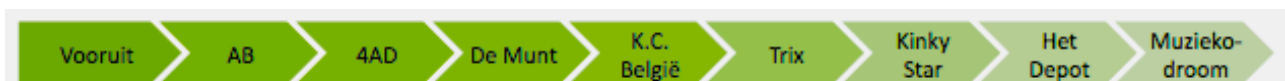
Duurzame muziekpodia?

1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt er eerst een visueel overzicht gegeven van de ecologische werking van de bevraagde concertzalen. Daarnaast worden er bevindingen afgeleid uit het praktijkonderzoek. Tenslotte worden er vanuit die bevindingen aanbevelingen geformuleerd aan concertzalen, op Vlaams maar zeker ook op bovenlokaal niveau, als ook aan het Ministerie van Cultuur.

2. Van ecologisch tot niet-ecologisch: een visueel overzicht

Wanneer de betrokken podia worden gerangschikt volgens de ecologische invulling van de thema's uit het praktijkonderzoek, verkrijgen we onderstaande grafiek (vergelijking 1). Deze is gerangschikt van ecologisch naar niet-ecologisch. Hoe groener de betrokken concertzaal, hoe duurzamer dus haar werking.



Vergelijking 1: ecologisch → niet-ecologisch

3. Ecologisch duurzame concertzalen

Bevindingen

Hoewel muziekpodia meer commercieel gericht zijn dan het gemiddeld kunsten- of cultuurcentrum, lijkt de meerderheid van de ondervraagde podia zich bewust te zijn van de ecologische hoogdringendheid in de huidige samenleving. De mate waarin men daadwerkelijk ecologisch handelt, verschilt echter wel van zaal tot zaal. Zo zijn er de sterk ecologisch georiënteerde podia waaronder Vooruit, AB en 4AD tegenover de eerder

passieve podia zoals Het Depot en Muziekodroom. Het verschil schuilt hem zowel in de visie als in de toegepaste gebruiken.

Bewust ecologische muziekpodia richten zich voornamelijk op het verminderen van hun energieverbruik, dit door middel van milieuvriendelijke infrastructuurinvesteringen en het veranderen van milieuvriendelijk gedrag, bijvoorbeeld het tijdig uitschakelen van verlichting. Opvallend is dat duurzame ingrepen sterk afhankelijk zijn van financiële ondersteuning. Elke muziekzaal wijst op het belang ervan inzake investeringen in energiezuinige infrastructuur. Bij de overheid kan men ecologische bouw- of renovatiepremies verkrijgen, maar enkele podia onderhandelden ook rechtstreeks bij energieleveranciers om desbetreffende investeringen te sponsoren.

Dat het financiële aspect belangrijk is, maar niet allesbepalend, werd uit het praktijkonderzoek duidelijk. De interne motivatie van een concertzaal is namelijk een andere noodzakelijke vereiste. Zo moet men niet alleen wachten op specifieke financiële ondersteuning, maar moet men ook creatief willen omgaan met de huidige werkingsmiddelen. Ecologisch handelen en investeren heeft met keuzes te maken, aldus de ecologisch bewustere muziekpodia. Het feit dat ook kleinere muziekzalen ondanks hun lagere werkingsmiddelen ecologisch kunnen handelen, bewijst dat ook de grootte van de betreffende subsidiëring niet echt doorslaggevend is. Uiteraard verkleint financiële ondersteuning de drempel naar effectief ecologisch handelen en betekende een financiële injectie inzake ecologische verbouwingen voor vele muziekpodia een concrete kentering. Zowel de motivatie om ecologisch duurzaam te gaan handelen als geldelijke ondersteuning vanuit de overheid of vanuit privéondernemingen blijken dus noodzakelijke impulsen om voor een ecologische transitie te kiezen.

Maar uit het onderzoek blijkt dat ecologie in de muzieksector nog wordt vertaald in andere thema's. Zo uit een ecologisch bewustzijn zich bij de meeste podia ook in vergaande recyclage. Niet alleen wordt er zuiniger omgesprongen met papier, ook het afvalverbruik wordt zo laag mogelijk gehouden. Hier en daar wordt er regenwater geregenereerd, al wordt dit slechts bij een minderheid toegepast. Ook op het gebied van catering beginnen er steeds vaker duurzame maatregelen binnen te sijpelen in de sector. Zo gebruiken zes op de negen muziekzalen een alternatief van de wegwerpbecher, namelijk een herbruikbare of een biologisch afbreekbare beker. De drie muziekpodia die zweren bij de klassieke

wegwerpbeker, Muziekodroom, Het Depot en Kinky Star, doen dit vanwege een betere smaak - een herbruikbare beker zou zorgen voor een slechte smaak - of omdat ze eerder wantrouwend staan tegenover de zogezegde duurzaamheid van de beschikbare alternatieven. Verder verkoopt de meerderheid van de ondervraagden fairtrade-producten aan hun publiek en werken sommigen ook met seizoensgroenten of biologische cateringproducten voor artiesten en medewerkers.

Ook mobiliteit wordt door de geïnterviewde muziekpodia met ecologie verbonden. Verrassend genoeg blijkt slecht een minderheid, meerbepaald Trix, AB, De Munt en Vooruit, het gebruik van openbaar vervoer te promoten op haar website. Het systeem van carpooling wordt slechts door twee podia toegepast, namelijk 4AD en AB. Het vervoer naar en van optredens gebeurt nog altijd voornamelijk met de auto en heeft op die manier een groot aandeel in de ecologische voetafdruk van muziekpodia. Muziekpodia hebben duidelijk nog marge om het autogebruik wat meer te beperken. We kunnen dan ook algemeen stellen dat concertzalen nog heel wat rond de kwestie mobiliteit kunnen ondernemen.

Een duurzaam ecologisch beleid in een muziekclub lijkt hand in hand te gaan met een gefundeerde ecologische werking. Dit wordt bekomen door middel van ecologische werkgroepen, energiescans en een milieubeleidsplan. Het lijkt erop dat ondersteuning van buitenaf noodzakelijk is om een ecologische werking op touw te zetten. Die podia die het verst staan in hun ecologisch beleid, AB, De Munt, Vooruit en 4AD, zijn van start gegaan met een intensieve ecologische coaching. Ze werden onder meer uitvoerig begeleid in het samenstellen van een eco-team en het opstellen van een milieubeleidsplan. De interne opvolging blijkt na een dergelijke intense coaching vanzelfsprekend te zijn. Het milieubeleidsplan lijkt hét instrument om ecologie te funderen in een organisatie. Toch hoeft er geen expliciet plan te worden uitgeschreven. Kunstencentrum België bijvoorbeeld zegt, ondanks haar focus op ecologie, geen nood te hebben aan een concreet milieubeleidsplan, maar liever te werken vanuit een algemeen gedragen motivatie en bewustzijn. Hieruit kan er geconcludeerd worden dat een uitgesproken visie en regelmatig overleg, al dan niet op basis van een milieubeleidsplan, noodzakelijk zijn om het ecologisch handelen structureel in te bedden in een organisatie. Verder lijken charters van externe partners, bijvoorbeeld vanuit de betrokken provincie, voor een gezonde druk van bovenaf te zorgen in het nastreven en uitvoeren van ecologische doelstellingen.

Duurzaamheid heeft niet alleen betrekking op het milieu, zo blijkt. Zo wordt duurzaamheid ook begrepen als respectvol omgaan met de medemens. In dat kader zijn alle muziekpodia zich sterk bewust van de problematiek rond geluidshinder. Men tracht gehoorschade tijdens optredens te beperken door het verkopen of gratis uitdelen van oordoppen en het opleggen van een decibellimiet. Er blijkt een algemene eensgezindheid over de noodzaak van deze maatregelen. Ook het sensibiliserende aspect wordt door de podia met overtuiging toegepast.

Hoewel de meerderheid van de bevroegde muziekpodia sensibiliserend werkt rond gehoorschade, is men eerder argwanend ten opzichte van ecologische sensibilisatie. De zalen met de sterkste ecologische werking willen allesbehalve bevoogdend zijn naar hun publiek toe. 4AD, Vooruit en Kunstencentrum België geven toe regelmatig over ecologie te communiceren, maar nuanceren tegelijkertijd de prioriteit die ecologie in hun werking heeft. Enkel 4AD plaatst duurzaamheid als prominent thema in haar werking en publiekswerking. De twee bevroegde kunstencentra benadrukken dat ecologie geen belangrijkere plek inneemt dan andere maatschappelijke thema's. Ze organiseren meerdere malen per jaar maatschappelijk relevante evenementen, waar het thema ecologie één van de vele thema's is. De Munt wil eerst en vooral een sterke ecologische werking uitbouwen, alvorens dit naar haar publiek te gaan communiceren. Een ecologische publiekswerking is voor De Munt echter wel een volgende stap. AB wil, zoals de meeste andere bevroegde pop- en rock-concertzalen, voornamelijk duurzaam werken om de eigen voetafdruk te verkleinen.

Ecologische evenementen in de muzieksector worden door AB beschouwd als 'gimmick', als imagoversterker en dus als maatschappelijk irrelevant. De Brusselse concertzaal wil dan weer wel zalen aanzetten dezelfde ecologische stappen te ondernemen. Het lijkt er dan ook op dat ecologisch bewuste concertzalen zich voornamelijk richten op het sensibiliseren van de muzieksector en niet zozeer op het bewustmaken van hun publiek. Sensibilisering en imagoversterking hebben dan ook eerder een negatieve bijklank bij de bevroegden. Concertzalen willen allesbehalve bevoogdend zijn en schijnen het voornamelijk belangrijk te vinden om het goede voorbeeld te geven in plaats van het ecologisch bewustzijn van de concertgangers actief te gaan vergroten. Opvallend is de bijna unanieme terechtwijzing van zogezegde milieuvriendelijke festivals. Er wordt verwezen naar de immense milieu-impact van zulke grootschalige evenementen, ondanks hun relatief korte duur. In de sector heerst dan ook de overtuiging dat ecologie in het festivalkader voornamelijk voor

marketingdoeleinden wordt gebruikt en niet vanuit een maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Marketingstrategie of bewust engagement?

De vraag dringt zich op in hoeverre muziekpodia ecologisch handelen vanuit marketingdoelstellingen, dan wel vanuit een maatschappelijk engagement? Van concertzalen wordt eerder verwacht dat ze vanuit marketingstrategieën handelen. Het zijn namelijk commerciële instellingen die bepaalde winstgevende activiteiten in hun doelstellingen vooropstellen. Het praktijkonderzoek toont daarentegen aan dat die podia met een ecologische werking voornamelijk handelen vanuit een maatschappelijk engagement en verantwoordelijkheidsgevoel. Wanneer men vanuit een marketingintentie zou handelen, zou er meer aandacht worden besteed aan elementen als publiekswerking en externe communicatie. Marketing heeft namelijk als doeleinde de verkoopcijfers te verhogen. Muziekclubs zouden in die zin ecologisch handelen om meer concertgangers naar hun zalen te lokken. Vermits de meerderheid van de concertzalen alles wat met ecologische marketing te maken heeft schuwt, slechts bepaalde aspecten van haar ecologisch beleid naar het publiek communiceert en eerder wantrouwig staat ten opzichte van ecologische evenementen, kan er geconcludeerd worden dat kiezen voor een duurzame transitie voornamelijk vanuit een interne motivatie gebeurt en niet vanuit commerciële doeleinden.

Toch zijn er nuanceverschillen vast te stellen. Zo zijn er enkele zalen die er wel voor kiezen om hun ecologische ingrepen extern te gaan communiceren. 4AD bijvoorbeeld, verstaat onder voorbeeldfunctie ook het goede voorbeeld geven aan je publiek. Volgens hen heeft dit absoluut niet met publiekswerking te maken in de zin van promotie, wel in het bewustmaken van je publiek. Hun core-business is en blijft muziek, maar - zo zegt men - "als er meer mensen zonnepanelen overwegen omdat ze zien dat het ook bij 4AD rendeert, dan is de communicatie ervan naar buiten toe een snel gemaakte keuze." De zalen die hun ecologische handelingen bewust communiceren, Vooruit, AB en 4AD zijn eerder voorzichtig in de manier waarop ze dat trachten doen. AB kiest er resoluut voor om hun ecologische werking enkel te communiceren naar andere actoren in de sector. Op hun website staat onder de rubriek 'ecodynamisch ondernemen' slechts een bescheiden opsomming van wat ze in werkelijkheid realiseren. Vooruit neemt met de uitgebreide blog 'De groene Vooruit' een prominentere plaats in in de publieke ruimte, maar ook hier moet men de Vooruit-

website grondiger inspecteren alvorens men de blog kan terugvinden. 4AD kiest er voor om op haar website onder de rubriek 'de wereld rond 4AD' de duurzame maatregelen en doelstellingen van de organisatie mee te delen, maar geeft de topic op die manier geen dominante plaats in haar communicatie. Wel kiest 4AD er voor om via grote affiches aan onder meer de voorgrond de uitgevoerde maatregelen mee te delen aan de buitenwereld.

Het is duidelijk dat je als concertganger en website-bezoeker actief op zoek moet gaan naar het ecologische luik van de betrokken organisaties. De bevroegde muziekclubs of kunstencentra lijken ervoor te kiezen hun publiek niet te bestoken met ecologische visies en veranderingen. Ze verkiezen daarentegen een bescheiden manier om beschikbare informatie aan te bieden aan diegenen die erin geïnteresseerd zijn. De actieve bewustmakingscomponent is dus eerder afwezig, men kiest voor een eerder discrete vorm van activisme die zich niet wil opdringen, maar wil aanbieden.

Toch werd er door de participanten aan het onderzoek één ecologische initiatief besproken dat eerder marketinggericht leek, namelijk Recharge bij Trix. Dit is een eenmalig evenement dat vanwege haar korte duur en gebrek aan opvolging enkel publiciteit als doel lijkt te hebben en geen duurzame opvolging of interne vertaling kende. Het duurzame karakter lijkt hier dan ook redelijk contradictoir. Het verschil met andere ecologische evenementen als die in Vooruit en Kunstencentrum België zit hem in de duurzaamheid in tijd en omkadering. De twee kunstencentra kaderen ecologische activiteiten in hun maatschappelijke werking. Voor hen maken dit soort evenementen deel uit van hun sociale interesse en beweging als kunstencentrum. Meermaals per jaar vinden er activiteiten plaats die handelen rond een bepaald maatschappelijk thema zoals ecologie. Vaak zijn deze ook gekoppeld aan grootschaligere acties als bijvoorbeeld 'Dikke Truiendag' of 'Earth Hour'. Het zijn dus geen eenmalige, geïsoleerde activiteiten.

Recharge en soortgelijke evenementen daarentegen, zijn als activiteit redelijk geïsoleerd in de dagdagelijkse werking van een concertzaal. Wel dient vermeld te worden dat deze thema-evenementen eerder zeldzaam zijn in Vlaamse muziekclubs omdat deze grotendeels groepen programmeren op basis van hun muziek en niet omwille van hun maatschappelijke boodschap. Recharge was dus min of meer een vreemde eend in de bijt, niet alleen ten opzichte van andere concertzalen, ook ten opzichte van de eigen dagdagelijkse Trix-werking. De kortstondige ecologische aandacht rond Recharge deed eerder vreemd aan vermits er

nadien niets meer over het thema werd gecommuniceerd en het project ook geen interne opvolging kende. Het lijkt als evenement zelfs eerder op de zogezegde duurzame festivals. Deze hebben ook een beperkte duur en pretenderen heel hun werking gedurende het evenement zo duurzaam mogelijk te houden.

Hieruit kunnen we concluderen dat ecologische muziekevenementen het gevaar lopen de maatschappelijke kern van de zaak uit het oog te verliezen, namelijk het verhogen van het publieke ecologische bewustzijn. Die evenementen die kiezen voor het duurzame thema maar enkel vanuit marketingoverwegingen, zorgen ervoor dat ecologie een opportunistische bijklank krijgt en men enkel zal kiezen voor een milieuvriendelijke leefwijze wanneer men er zelf voordeel bij heeft. Laat het nu dat zijn wat een vergaande ecologische transitie in de weg staat: geen onmiddellijk individueel voordeel. Uiteraard bieden ecologische maatregelen het voordeel dat er bespaard kan worden op de energiefactuur. Maar een echte transitie vraagt ook motivatie en overtuiging als de omschakeling tot langdurige verandering wil leiden. Marketinggerichte evenementen die dwepen met ecologie als hot topic, brengen net het duurzame aspect ervan in gevaar, aangezien ecologisch handelen juist een langdurige visie vraagt, terwijl een hot topic slechts een voorbijgaande trend is. Uit het praktijkonderzoek werd duidelijk dat de ecologisch bewustere muziekpodia voornamelijk gericht zijn op een zo duurzaam mogelijke werking. Vergaande infrastructurele maatregelen, samen met het veranderen van diepgewortelde gewoontes, maken van deze vijf concertzalen echte duurzame actoren. Hoewel er nog verschillende aandachtspunten zijn, staat ecologie hoog op de agenda van deze organisaties en worden de reeds opgestelde duurzame maatregelen consequent uitgevoerd. Het publieksaspect en de externe communicatie rond de ecologische attitude komt bij alle bevraagden op de tweede plaats. Dit is misschien wel het beste bewijs dat de betrokken zalen vanuit een engagement handelen in plaats vanuit commerciële doeleinden.

Een laatste bevinding die kan worden geformuleerd, is dat er uit het onderzoek geen verschil tussen commerciële en niet-commerciële (De Munt) concertzalen inzake duurzame werking werd vastgesteld. De Munt situeert zich weliswaar bij de ecologisch sterk georiënteerde zalen, maar kan dit niet toeschrijven aan haar niet-commerciële karakter vermits ook zalen als AB en 4AD, commerciële pop- en rock-zalen, tot deze groep behoren. Hoewel slechts één niet-commerciële zaal werd bevraagd, kan er geconcludeerd worden dat de verschillen

inzake engagement tussen de bevroagde concertzalen niet toe te schrijven zijn aan de genres die ze programmeren.

Of muziekpodia kunnen bijdragen aan de ecologische transitie in de samenleving, lijkt een relevantere vraag. Het antwoord luidt 'ja', wanneer ze handelen vanuit een sterke overtuiging en interne gedragenheid. Niet zozeer omdat ze ecologische evenementen organiseren, daar lijken kunstcentra en andere breder georiënteerde fora meer geschikt voor, wel omdat ze zelf het goede voorbeeld geven aan het concertpubliek en andere organisaties in en buiten de sector. Onder 'aanbevelingen' worden er dan ook concrete duurzame richtlijnen gegeven aan concertzalen, alsook beleidsmatige aanbevelingen die een vergaande ecologische omschakeling in de muziek- en algemene cultuursector moeten bevorderen.

4. Aanbevelingen

Muziekpodia

Energie

Het thema energie lijkt één van de belangrijkste factoren te zijn die bepalen of muziekpodia al dan niet ecologisch handelen. Als concertzaal weten hoeveel het verbruik bedraagt en waar er nog op bespaard kan worden, is een essentieel begin. Concreet kan dit overzicht bekomen worden aan de hand van een energieaudit die het verbruik van een zaal uitvoerig in kaart brengt. Op basis van deze resultaten kunnen er dan doelstellingen worden opgesteld die een verminderd energieverbruik bekomen. Uiteraard moet zo'n audit uitgevoerd worden door een gespecialiseerde, externe organisatie. Muziekpodia moeten dus eerst de stap zetten naar begeleiding alvorens tot concrete actie over te kunnen gaan.

Om dit soort begeleiding compleet te maken, kan men voor een ecologische coaching kiezen die door een externe organisatie wordt uitgevoerd. Uit het onderzoek blijkt dat de sterkst ecologisch actieve zalen die organisaties zijn die beroep hebben gedaan op zowel een intensieve milieucoaching als op de uitvoering van meervoudige energiescans. Muziekpodia kunnen dan ook best te rade gaan bij deskundige coachingsorganisaties zoals Ecolife, die hen uitvoerig doorheen het veranderingsproces loodsen. Dit soort organisaties heeft als doel

bedrijven en non-profitverenigingen op maat te begeleiden in hun keuze om duurzaam te gaan werken. De begeleiding bestaat zowel uit praktische tips en veranderingen (energiezuinige apparaten, systemen en gewoontes), als uit het stimuleren van de algemene gedragenheden, de ecologische attitude van de organisatie en de werknemers. Niet alleen de technische omschakeling, een verminderd energieverbruik, is noodzakelijk. Minstens zo belangrijk is de interne attitudeverandering als de transformatie ook daadwerkelijk duurzaam wil zijn in tijd. Slechts door een combinatie van beide kan de duurzame omschakeling pas echt plaatsvinden.

Een tweede aanbeveling doelt op een efficiënt financieel beheer van de beschikbare middelen. Het praktijkonderzoek toont immers aan dat de mate van ecologisch bewust handelen niet zozeer wordt bepaald door de hoeveelheid middelen, maar door het maken van concrete keuzes in het besteden van de beschikbare gelden. Extra subsidiëring kan uiteraard het verschil maken, het maakt namelijk nieuwe investeringen en projecten mogelijk. Dergelijke subsidies zijn daarentegen geen basisvereiste voor een succesvolle ecologische werking. Kleinere concertzalen als 4AD bewijzen dat men met minder middelen ook grote ecologische verandering kan teweegbrengen. Concertzalen moeten dus keuzes maken en prioriteiten durven stellen in hun financieel beleid. De stelling dat ecologie duur is, blijkt een dogma te zijn en wordt misschien ook wel al te vaak als excuus gebruikt. Ecologie betekent echter niet alleen besparen op energie, maar ook op de energiefactuur. Duurzame investeringen zijn dan ook uiterst rendabel en moeten vanwege hun rendabiliteit concertzalen overtuigen om dit soort investeringen te maken.

Daarnaast moet men als concertzaal ook actief durven onderhandelen met betrokken energieleveranciers en technische ondernemingen. Het onderzoek toont met meerdere voorbeelden aan dat er wel degelijk rechtstreekse overeenkomsten kunnen worden gemaakt tussen culturele organisaties en profit-ondernemingen. Ondanks het feit dat Vlaamse culturele actoren vaak grotendeels afhankelijk zijn van overheidsondersteuning, moet het hen niet weerhouden om te zoeken naar financiële alternatieven. Eén daarvan is het rechtstreeks onderhandelen met leveranciers, naar analogie van de overeenkomst tussen Eandis en Vooruit. Daarnaast kan men ook op zoek gaan naar vormen van sponsoring, bijvoorbeeld de geplaatste zonnepanelen bij 4AD door BeauVent. Kiezen voor ecologie is dus niet wachten tot er duurzame subsidies uit de lucht vallen. Hoewel extra financiële ondersteuning veel kan betekenen, toch kunnen culturele organisaties en dus ook

muziekpodia, zelf op zoek gaan naar andere mogelijkheden. Een ecologische attitude verwacht dus een actieve, creatieve houding. Ook hier kan externe coaching stimulerend werken.

Maar muziekpodia kunnen hun expertise ook delen met elkaar. Die organisaties die reeds een vergaande ecologische werking hebben ontwikkeld, zouden hun expertise beschikbaar moeten stellen voor anderen. Zo kunnen ook de verenigingen die zich niet meteen een externe coaching kunnen veroorloven, concrete tips en voorbeelden van anderen vertalen naar de eigen werking.

Recyclage

Op het gebied van recyclage moeten concertzalen vooral bewust zijn en blijven van de hoeveelheid afval die ze produceren. Men moet er dan ook alles aan trachten doen om de afvalberg na concerten en ook tijdens de werkuren zo klein mogelijk te houden. Herbruikbare of recycleerbare bekertjes kunnen de grote hoeveelheid restafval na een concert aanzienlijk verkleinen. Los van het afvalbeleid in de betrokken stad of gemeente, kunnen concertzalen consequent omspringen met vuilnis en zoveel mogelijk zelf trachten te sorteren. Recyclage doet vooral beroep op consequentie en het veranderen van slechte gewoontes.

Maar ook het papierverbruik kan door een consequent beleid worden teruggedrongen. Concertzalen zouden allemaal gerecycleerd papier moeten gebruiken en recto verso moeten printen. Dit lijken eenvoudige, zelfs banale ingrepen, maar impliceren op grote schaal wel heel wat minder papierverspilling. Uit het voorbeeld van 4AD blijkt dat men ook bewust kan kiezen voor een ecologisch vriendelijke drukkerij voor het afdrucken van promotiemateriaal als affiches en flyers. De drukkosten daar zijn even laag als bij een goedkopere drukkerij. Uiteraard kan het gebruik van papier nog meer worden teruggedrongen aan de hand van online communicatie. Dit kunnen we alleen maar aanmoedigen.

Een aanbeveling waarrond vele muziekpodia nog kunnen werken, is het hergebruiken van regenwater. Enkele concertzalen geven al het goede voorbeeld door drinkbaar spoelwater te vervangen met regenwater. Toch kan regenwater, zeker in een regenachtig land als België, nog meer worden ingezet om het gebruik van kostbaar drinkwater te verminderen. Voor sommige organisaties is het regenereren van regenwater door architecturale redenen

quasi onmogelijk. Zij kunnen echter wel het gebruik van drinkwater terugdringen op andere manieren, zoals naar het voorbeeld van Vooruit, waar er in de urinoirs geen water wordt gebruikt.

Catering

Hoewel er nog wat onenigheid bestaat over de duurzaamheid van de zogezegde duurzame bekeeralternatieven, laat de meerderheid van de bevroagde muziekpodia zien dat ze wel degelijk de wegwerpbeker kunnen verbannen uit hun werking. Dat de klassieke beker moet en kan vervangen worden door waardige, milieuvriendelijke alternatieven, komt uit het onderzoek duidelijk naar voren. De kwestie is niet of de huidige alternatieve bekers duurzaam genoeg zijn, de nadruk ligt op de noodzaak om de vervuilende wegwerpbeker te weren. Hier kunnen muziekpodia dan ook duidelijke keuzes maken. Dat de meerderheid van de zalen reeds met alternatieve bekers werken, bewijst dat er geen reden is om bij de klassieke beker te blijven zweren. Het argument dat een herbruikbare beker de smaak negatief zou beïnvloeden, mag niet primeren op het belang van de medemens en het voortbestaan van de aarde. Hoewel het 'slechts' om een - op het eerste zicht - banaal voorwerp als een beker gaat, vermindert men met het gebruik van alternatieve bekers de afvalberg aanzienlijk. Slechts wanneer de wegwerpbeker algemeen wordt verbannen, kan ook het nuttigen van drank voor en na concerten in een duurzame context plaatsvinden.

Verder kunnen muziekpodia ook expliciet kiezen voor fairtrade-catering, zowel voor artiesten en werknemers, als voor hun publiek. Duurzaamheid omvat ook het voortbestaan van de mens. Ook hier bewijst het merendeel van de concertzalen dat fairtrade dranken en chips makkelijk in te schakelen zijn in het reguliere drankenaanbod. Na overleg met de betrokken leverancier, springt deze blijkbaar snel mee op de kar. De aanvraag voor fairtrade-producten moet echter van de organisatie zelf komen. Muziekpodia moeten dus een actieve houding aannemen en bewust kiezen voor fairtrade-producten. Daarnaast wordt ook het werken met seizoensgroenten en streekproducten sterk aangeraden. Het is niet alleen beter voor het milieu, er moet namelijk minder worden getransporteerd, het bevordert ook de lokale economie.

Mobiliteit

Hoewel muziekpodia niet rechtstreeks verantwoordelijk zijn voor het transport van hun publiek, kunnen ze toch een actieve rol spelen in het promoten van auto-alternatieven. Uit onderzoek blijkt namelijk dat vervoer van en naar concerten verantwoordelijk is voor een groot aandeel in de ecologische voetafdruk van concertzalen. Slechts een kleine minderheid van de bevroegden biedt op zijn website mogelijkheden aan die de vervuilende auto als transportmiddel vermijden. Muziekpodia kunnen op verschillende manieren de keuze voor openbaar vervoer of carpooling bevorderen en dit zelfs op een relatief eenvoudige manier. Eerst en vooral moeten concertzalen onder het gebruikelijke luik 'praktische informatie' een uitgebreide beschrijving met openbaar vervoermogelijkheden beschikbaar stellen. Zo wordt de concertganger onmiddellijk geïnformeerd over de mogelijkheden die hij heeft qua trein, tram en bus en zal hij op die manier minder snel geneigd zijn om gemakkelijheidshalve voor de auto te kiezen. Daarnaast kan men het gebruik van openbaar transport ook belonen. Dit soort systeem kan worden gehanteerd om mensen die er gebruik van maken, gedeeltelijk tegemoet te komen aan de hand van een drankbonnetje of ticketkorting. Het uitvoerig communiceren van vervoersalternatieven, is een grote verantwoordelijkheid met een relatief kleine kost. Muziekpodia moeten daarom inzien dat ze aan de door het aanbieden van alternatieven en het belonen van ecologisch vriendelijke vervoerskeuzes, mensen kunnen bewegen tot het thuislaten van de auto. Op die manier kunnen muziekpodia komaf maken met de voor hen toch wel zeer bepalende CO₂-factor, koning auto.

Geluidshinder

De aanbeveling omtrent gehoorschade is vooral een bekrachtiging van de huidige aandacht die aan gehoorschade wordt gegeven in concertzalen. Iedere bevroegde lijkt zich sterk bewust van de verantwoordelijkheid die men daaromtrent draagt. Daarnaast neemt elke onderzochte concertzaal ook de nodige maatregelen om gehoorschade tot een minimum te beperken of te voorkomen. De aanbeveling hieromtrent is dan ook vanzelfsprekend: muziekpodia moeten dezelfde alertheid en consequentie blijven hanteren in de verdere toekomst.

Een opmerking die kan worden gegeven, is dat oordoppen nog meer ingeburgerd zullen geraken, wanneer deze gratis worden aangeboden. Muziekpodia kunnen dus overwegen om

de huidige faciliteiten meer laagdrempelig te maken zodat ze algemeen ingeburgerd geraken. Concreet kan dit aan de hand van een sterke sensibilisatie, het aanreiken van gratis oordoppen en het opleggen van een strikte, interne decibellimiet. De gehoorschadekwestie lijkt prominent aanwezig te zijn bij muziekpodia. Het is dan ook belangrijk de aandacht er rond levendig te houden en de technieken en maatregelen om gehoorschade tegen te gaan, te blijven optimaliseren.

Als gehoorschade wel aandacht en prioriteit kan verkrijgen, waarom dan ook niet ecologie? De gehoorschadekwestie heeft op korte termijn aandacht verkregen omwille van de aangetoonde schade. Ontloopt het thema ecologie, duurzaamheid alle aandacht omdat de urgentie er rond nog niet tastbaar genoeg is? Muziekpodia moeten inzien dat enkel werken rond gehoorschade om het duurzame voortbestaan van de mens te garanderen, niet voldoende is wil men het noodzakelijk leefmilieu van diezelfde mens kunnen waarborgen. Waarom dan ook werken aan het ene, zonder het andere nauw verwante erbij te betrekken?

Interne werking

Het is duidelijk dat een intensieve coaching van buitenaf succesvol blijkt in creëren van een duurzame werking, maar anderzijds niet voldoende is om het voortbestaan van die werking te garanderen. Coaching is immers tijdelijk en een ecologische werking moet continu worden opgevolgd. Net daarom is het belangrijk met werkgroepen te werken die bestaan uit werknemers van de organisatie zelf. De ecologisch georiënteerde muziekpodia noemen dit soort werkgroepen toepasselijk 'eco-teams'. Omdat een ecologische omschakeling valt of staat met de interne gedragenheid van een organisatie, wat immers consequent gedrag en motivatie vraagt, is het uiterst belangrijk vanuit de organisatie zelf, vanuit de motivatie van werknemers te werken. Eco-teams geven hierop het beste antwoord. In grote organisaties kunnen ze bestaan uit afgevaardigden per afdeling, in kleine organisaties kunnen één of meerdere eco-verantwoordelijken aangesteld worden die op regelmatige basis samenkomen om rond ecologie te werken. Eco-teams zijn zeker noodzakelijk bij grotere muziekpodia zoals bijvoorbeeld AB. Vanwege het aantal personeelsleden is het een redelijk complexe organisatie. Als men hier een ecologische werking wil lanceren, dan betekent dat een nauwkeurige opvolging hanteren aan de hand van eco-teams.

Omdat dergelijke eco-teams afgevaardigden uit alle afdelingen bevatten en op regelmatige basis samenkomen, nieuwe doelstellingen opstellen en de vorige evalueren, verzekeren ze én de algemene gedragenheid én de structurele inbedding in een organisatie. Een ecologische muziekorganisatie valt of staat met de aanwezigheid van een ecologische werkgroep of structurele overlegmomenten rond duurzaamheid. Om een degelijk team te kunnen samenstellen, kan er opnieuw beroep worden gedaan op externe coaching.

Anderzijds kunnen muziekpodia ook leren van elkaar. Uit dit onderzoek blijkt dat slechts weinigen op de hoogte zijn van de manier waarop andere organisaties ecologisch werken. In plaats van het naast elkaar werken, moeten ervaren muziekpodia expertise uitwisselen en zo de omschakeling voor anderen vergemakkelijken. Uiteraard moet de vraag naar praktijkvoorbeelden vanuit een motivatie komen om daadwerkelijk duurzaam te willen gaan werken.

Vermits men als individu en organisatie beter doelstellingen naleeft wanneer deze concreet op papier staan, wordt ook in deze context aangeraden om duurzame doelstellingen neer te schrijven in een milieubeleidsplan. Het is niet alleen een handig instrument vanwege zijn overzichtelijkheid, het doet de organisatie in kwestie ook verbintenissen aangaan met zichzelf en met haar werknemers. Een milieubeleidsplan maakt de ecologische ommezwaai tastbaar en maakt brainstormen en goede voornemens concreet. Om tot een milieubeleidsplan te komen, kunnen muziekpodia te rade gaan bij collega-organisaties of de hulp inroepen van een ecologische coaching.

Een laatste aanbeveling die de interne opvolging van een ecologische werking helpen garanderen, is het ondertekenen van een duurzaam charter bij de provincie of stad waarin de concertzaal gevestigd is. Het onderzoek leert ons dat muziekpodia, zeker in het begin, nood hebben aan wat druk van buitenaf. Het ondertekenen van een duurzaam charter leent zich daar uitstekend toe. De organisaties die het charter hebben ondertekend, gaan namelijk een verbintenis aan die hen verplicht opgestelde duurzame doelstellingen na te leven. De instantie die het charter beheert, gaat ook effectief na of de vooropgestelde objectieven werden bereikt. Op die manier wordt er een gezonde druk verkregen bij de vereniging die zich kandidaat stelt. Men moet als muziekclub echter zelf een charter aanvragen en dus motivatie tonen om het certificaat te willen verkrijgen.

Publiekswerking

Muziekpodia lijken zich sterk te distantiëren van een 'ecologisch imago', als zijnde marketinggimmick. Voor hen staat ecologie los van marketing, het is een kwestie van verantwoordelijkheid opnemen ten opzichte van de maatschappij. Ecologie en verkoopscijfers hebben dus niets met elkaar te maken. Dat muziekpodia zich in dit onderzoek expliciet afwenden van een commerciële benadering van duurzaamheid, impliceert dan ook geen verdere aanbeveling. Want, zoals eerder gezegd, staat ecologische duurzaamheid lijnrecht tegenover alles wat met commercialiteit te maken heeft. Commercie en de daaraan gekoppelde marketing gaan net tegen het duurzame principe in. De aanbeveling geldt dan ook: blijf alert voor commerciële bemoeienissen en voorkom een slechts oppervlakkige, imagogerichte ecologische toepassing, die ten koste gaat van belangrijke, duurzame kerndoelstellingen.

Dat muziekpodia beweren maatschappelijk verantwoordelijk te zijn, wijst op een doordachte ingesteldheid. Toch houdt maatschappelijke verantwoordelijkheid meer in dan alleen het toepassen van het juiste gedrag. Maatschappelijke verantwoordelijkheid verwijst ook naar een gedeelde plicht, het zorgen voor 'die ander' uit de maatschappij. In dit opzicht kunnen muziekpodia nog heel wat leren. Uiteraard is en blijft muziek hun core-business en moeten muziekpodia geen zingevende organisaties worden. Toch kunnen ze hun steentje bijdragen in de bewustwording rond ecologische duurzaamheid. Dit kan men doen door eerst en vooral de toegepaste maatregelen uitvoerig te communiceren naar hun publiek. Muziekpodia kunnen, naar het voorbeeld van 4AD, op bepaalde plaatsen in hun concertzaal het publiek wijzen op de uitgevoerde acties. Men kan bijvoorbeeld in Vooruit aan de urinoirgebruikers meedelen dat men bewust geen water gebruikt. Vele van hun toiletbezoekers zullen eerst en vooral niet beseffen dat er geen water wordt gebruikt bij het spoelen, laat staan waarom er geen water wordt gebruikt. Concertzalen moeten helemaal niet bevoogdend optreden, maar het zou goed zijn als ze op een neutrale manier meedelen welke stappen ze reeds hebben ondernomen.

Men moet met andere woorden niet alleen het goede duurzame voorbeeld geven aan andere organisaties, ook de concertbezoekers kunnen wat van hen opsteken. Sensibilisering hoeft niet altijd expliciet te zijn. Mensen leren ook aan de hand van dagdagelijkse ervaringen. Hoe meer mensen geconfronteerd wordt met succesvolle duurzame praktijken, hoe vertrouwder duurzaamheid zal aanvoelen. Op die manier wordt de keuze voor

ecologisch handelen een evidentie. Muziekpodia hebben als actoren in de publieke ruimte de plicht om zich ook actief op te stellen in die ruimte. Hoewel het inhoudelijke debat eerder weggelegd is voor kunsten- en gemeenschapscentra, kunnen muziekpodia als good practice heel wat invloed uitoefenen op hun publiek. Het is dan ook meer dan noodzakelijk dat concertzalen hun bescheidenheid doorbreken en naar buiten komen met hun duurzame verhaal. Hoe meer mensen er weet van hebben, hoe meer vertrouwd en vanzelfsprekend duurzaamheid in onze samenleving wordt. Die podia die reeds sterk actief zijn rond ecologische duurzaamheid kunnen juist nog groeien in dit publieke aspect. Het uitvoerig communiceren van gehanteerde maatregelen alsook deelnemen aan grootschaligere evenementen als Earth Hour of Dikke Truiendag, vergroten de aandacht rond duurzaamheid en dus ook het algemene ecologische bewustzijn. Muziekpodia hebben niet alleen een functie te vervullen als muziekprogrammatoren, maar ook als publieke, culturele organisatie.

De aangehaalde literatuur leert ons dat hedendaags cultureel activisme niet betekent dat er muren omver moeten worden geworpen, maar dat men binnen de muren van het maatschappelijk systeem datzelfde systeem op haar beperkingen moet wijzen. Dit kunnen muziekpodia doen door het suggereren en implementeren van constructieve ecologische oplossingen. In plaats van te wachten op beleidsmatige ingrepen, kunnen muziekpodia zelf het voortouw nemen en zaken uitproberen. Dit op zich is een vorm van activisme, namelijk vanuit beperkingen op zoek gaan naar alternatieven en daar ook voor uitkomen.

Die muziekpodia die weinig of niet bezig zijn met ecologie, moeten beseffen dat zij niet alleen niet-bijdragen tot een noodzakelijke ecologische omschakeling, maar ze ook op een negatieve manier hun publiek sensibiliseren. Bijvoorbeeld het gebruik van wegwerpbekers, doet concertgangers niet stilstaan bij het vervuilende aspect ervan. Sterker nog, het creëert en bevestigt foute gewoontes, namelijk die van de wegwerpcultuur. Passiviteit kent dus ook effecten. Het is belangrijk dat de eerder passieve podia beseffen dat ze door het niet maken van bepaalde keuzes negatief gedrag, in dit geval milieuonvriendelijk gedrag, versterken.

Green Theatre Action Plan

Het Green Theatre Action Plan is een praktisch actieplan dat door de Londense burgemeester Johnsson in december 2008 werd gelanceerd voor alle Londense theaters.¹²² In Courant 87 werd de bijhorende lijst met tips voor een ecologische gebouwuitrusting als ook voor een duurzaam aankoopbeleid integraal gepubliceerd. Om dit praktische luik helemaal compleet te maken, kan achteraan in de bijlagen het Green Theatre Action Plan worden geraadpleegd en als voorbeeld worden gebruikt.

Beleid

Het praktijkonderzoek doet de vraag rijzen of ecologie moet ingebed worden in het Vlaamse cultuurbeleid. Enerzijds werd duidelijk dat enige druk van bovenaf vaak helpt om de eerste duurzame stappen concreet te maken. Anderzijds hebben die organisaties die vanuit een sterke interne motivatie handelden, vandaag de dag de krachtigste ecologische werking uitgebouwd. Het lijkt er dan ook op dat het Vlaamse cultuurbeleid voornamelijk ondersteunend moet optreden, maar hier en daar ook duurzame eisen kan stellen.

Zo kan men vanuit het Ministerie van Cultuur eerst en vooral benoemen wat ecologische duurzaamheid juist inhoudt. De huidige klemtoon op ecologie blijft voor de ondervraagden te vaag om er concreet naar te gaan handelen. Concreet benoemen wat duurzaamheid betekent en rond welke gebieden cultuurhuizen en dus ook muziekpodia ecologisch moeten gaan werken, maken de noodzakelijke omschakeling heel wat tastbaarder. Over een minister beschikken die én verantwoordelijk is voor cultuur én voor leefmilieu, is een opportuniteit die zich vooral praktisch moet uiten. Er zijn voorbeelden genoeg uit het buitenland die aantonen dat men cultuur en natuur perfect met elkaar kan verzoenen. Het is een kwestie van deze voorbeelden te gaan vertalen naar de Belgische en Vlaamse context en succesvolle, lokale praktijken onderling uit te wisselen.

Concreet kan men reeds op korte termijn ingrijpen om de ecologische omschakeling te bevorderen. Enerzijds moet men in het FoCI, Fonds voor Culturele Infrastructuur, duurzame

¹²² Aerts, 2008, p. 6-8

criteria implementeren. Hier kan men zeer duidelijke taal spreken: “geld krijgen voor verbouwingen, is voldoen aan de opgestelde duurzame eisen”. Dit kan een grotere financiële kost teweeg brengen, maar men moet niet vergeten dat duurzame investeringen uitermate renderend zijn. Investeren staat dus gelijk aan renderen. Het geld dat muziekhallen besparen met hun vernieuwde apparatuur en infrastructuur kan worden besteed aan andere zaken. Er komt zo met andere woorden budget vrij dat rechtstreeks kan worden herbested en niet moet worden aangevraagd aan de overheid. De onderzochte concertzalen gaven zelf aan niet te begrijpen waarom FoCI nog niet met vergaande duurzame criteria werkt. Voor hen lijkt dit dan ook een eenvoudige kans om vanuit het ministerie van cultuur duurzaamheid te gaan sturen.

Verder kan de vraag worden gesteld in hoeverre de huidige, vaak pasgeboren initiatieven als Jonge Sla, Kunst en Ecologie en Werkgroep Eco-centra daadwerkelijk aan de nood en hoogdringendheid van de ecologische crisis beantwoorden. Dat dit soort initiatieven bestaan, wijst op een groeiend bewustzijn rond de kwestie en de wil om er iets aan te veranderen. Uiteraard kan dit alleen maar worden toegejuicht. Toch kan er gevaar schuilen in dit soort projecten. Soortgelijke projecten in bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk staan ver in hun praktische uitwerking en zijn dankbare voorbeelden, maar toch mag men niet de fout maken enkel en alleen naar het buitenland te kijken. Dit onderzoek toont namelijk aan dat Vlaanderen en België over een aantal sterke ecologische cultuurhuizen beschikt. Het in kaart brengen van deze huizen en in het bijzonder, het optekenen en uitwisselen van praktijkervaringen, zijn dan ook uiterst belangrijk. De Vlaamse cultuurbeleidsmatige context is namelijk verschillend van de buitenlandse en dus kunnen internationale ecologische werkingen niet integraal worden vertaald. Daarnaast is er niets zo leerrijk en motiverend als met naaste en verwante collega's expertise uitwisselen.

Bovengenoemde projecten moeten daarom vooral een platform aanbieden waarop praktijken kunnen worden uitgewisseld en bevestigd. Met een platform wordt niet per se een virtueel platform bedoeld. Uiteraard vergemakkelijkt dit de concrete uitwisseling van documenten en dergelijke. Minstens zo belangrijk zijn echter interactieve overlegmomenten. Culturele organisaties en dus ook muziekpodia, moeten voornamelijk met andere good practices in contact komen. Het praktijkonderzoek toont aan dat de behoefte naar voorbeelden van anderen enorm groot is. Blijkbaar is voor sommigen de stap naar die andere echter te groot. Het is dan ook de taak van de culturele ecologische

projecten om de betrokken organisaties samen te brengen. Men moet zich ook niet beperken tot een inhoudelijke discussie, integendeel, de Vlaamse cultuursector heeft vooral nood aan praktische tips en ervaringen. Het cultuurbeleid moet deze uitwisseling concreet mogelijk maken en tevens verbindingen durven aangaan met aangrenzende sectoren als bijvoorbeeld wetenschap en onderwijs om de inhoud van die uitwisseling te verdiepen.

Als laatste kan de opmerking worden gegeven dat een ecologische werking verder gaat dan alleen maar CO₂-vrij werken. Als culturele organisaties volgens de vooropgestelde cultuurbeleidsdoelstelling tegen 2020 CO₂-vrij kunnen werken, is dit uiteraard een belangrijk succes. Maar ecologische duurzaamheid gaat verder dan enkel het neutraliseren van de CO₂-uitstoot. Uit het praktijkonderzoek blijkt dat een verminderd energieverbruik en een ecologische attitude minstens zo belangrijk zijn. Opnieuw wordt er geopperd voor een duidelijke en diepgaande formulering van ecologische doelstellingen in de cultuursector. Het CO₂-vrij werken is een belangrijke doelstelling, maar moet beleidsmatig aangevuld worden met concrete doelstellingen omtrent duurzaam energieverbruik, duurzame verbouwingen en fundamentele ecologische attitudes.

5. Slot

Net omdat ecologie stoelt op overtuiging en motivatie, zijn verplichtingen alleen niet voldoende en misschien zelfs nefast voor verandering. De ecologische kwestie zal daarom nog wat tijd nodig hebben om zich volledig thuis te voelen in de culturele sector. Toch is het net die tijd die dringt en kan men niet eeuwig blijven aanmodderen met inhoudelijke discussies. Als er één algemene conclusie is van dit onderzoek, dan is het dat er nood is aan concrete culturele actie, aan doen en niet alleen denken.

Dit onderzoek wilde eerst en vooral een kritische blik werpen op ecologie als hot topic, ook in de Vlaamse cultuursector. Maar deze masterproef is meer dan alleen een kritische analyse. Het biedt naast een theoretische uiteenzetting rond de kracht van hedendaags cultureel activisme ook een overzicht van de huidige ecologische culturele initiatieven in Vlaanderen en van reeds genomen ecologische maatregelen in concertzalen. Uiteraard wil dit onderzoek ook bijdragen aan een gefundeerde duurzame omschakeling in de cultuursector. De aanbevelingen in het laatste hoofdstuk moeten dan ook op beleidsmatig

niveau het debat rond duurzaamheid in de cultuursector aanmoedigen en een optimale benutting van het FoCI-fonds en de opgerichte projecten rond duurzaamheid bewerkstelligen. Vanuit het praktijkonderzoek werd duidelijk dat de vraag naar praktijkuitwisseling enorm groot is en dat de drie genoemde ecologische cultuurprojecten in het creëren van die uitwisseling een grote verantwoordelijkheid dragen.

Tenslotte wil deze masterproef des te meer een praktische handleiding zijn voor alle Vlaamse concertzalen (of cultuurhuizen met een concert- of podiumwerking) die hun duurzame omschakeling nog moeten realiseren of optimaliseren. Aan de hand van concrete aanbevelingen, do's en dont's hoopt dit onderzoek een duurzame duw in de rug te zijn voor alle muziekpodia en cultuurhuizen in Vlaanderen en misschien ook daarbuiten.

Bibliografie

Boeken

- BAVO, *Too Active To Act: Cultureel activisme na het einde van de geschiedenis*. Amsterdam: Valiz, 2010.
- De Cauter, L., e.a., *Art and Activism in the Age of Globalization*, Rotterdam: NAI uitgevers, 2011.
- Hesmondhalgh, D., *The Cultural Industries*, Londen: Sage, 2007.
- Humphrey, M., *It's Easy Being Green: Cleaner Concerts*, Washington: Centre For American Progress, 2010.
- Julie's Bicycle, *First Step: UK Music Industry Greenhouse Gas emissions for 2007*. Oxford: Environmental Change Institute Oxford University, 2007.
- The Trapeze Collective, *Do it yourself: a handbook for changing our world*. Londen: Pluto Press, 2007.
- Urbain, O., e.a., *Music and Conflict Transformation: Harmonies and Dissonances in Geopolitics*. Londen: I. B. Tauris. 2008.

Artikels

- De Gheldere, S., Duurzaamheid is een boekhoudkundig probleem. *Courant*. 2008: 87, p. 11.
- Gatz, S., Cultuur en politiek: een strijd?. *Rekto Verso*, 2011: 45.
- Peeters, E., Oproep tot non-conformisme. Waar zijn kunstenaars mee bezig?, *Rekto Verso*, 2010: 43.
- Shaw, W., The thing we shouldn't be asking artists to do, RSA Blog, 2010, Web, Online geraadpleegd op 1 juni 2011.
- Vanhaesebrouck, K., Peeters, E., Kunst en ecologie: naar een nieuwe avantgarde, *Rekto Verso*, 2009: 34
- VTi. Een veranderend klimaat: de ecologische voetafdruk van de podiumkunsten. *Courant*, 2008: 87.
- Weber, C.L., e.a., The Energy and Climate Change Implications of Different Music Delivery Methods, *Journal Of Industrial Ecology*. 2010: 14, p. 754-769.
- Williamson, J., Cloonan, M., Rethinking The Music Industry. *Popular Music*. 2007: 26, p. 305-322.

Online bronnen

- "About us". About JB. 2008. Julie's Bicycle. Web. Geraadpleegd op 16 mei 2011.
<<http://www.juliesbicycle.com/about-jb>>
- "Activism." Dictionary. 2010. Oxford Dictionaries. Web. Geraadpleegd op 20 april 2011.
<http://oxforddictionaries.com/view/entry/m_en_gb0006920#m_en_gb0006920>
- "Activisme", Woordenboek. 2010. Van Dale Online. Web. Geraadpleegd op 20 april 2011.
- <http://www.vandale.nl/vandale/zoekService.do?selectedDictionary=nn&selectedDictionaryName=Nederlands&searchQuery=activisme>

- “Adviestekst atelier eco-cultuur”. Beleid. 2009. BAM blog Kunst en Ecologie. Web. Geraadpleegd op 5 mei 2011. <http://www.kunstenecologie.be/2010/05/18/adviestekst-atelier-eco-cultuur-cultuurforum-schauvliege/>
- “Alpenergie”. Brochure. 2009. Electrabel. Web. Geraadpleegd op 26 mei 2011. <http://www.electrabel.be/assets/content/b2b/brochure_alpenergie_nl_8DF6DAE50F2B41A7AF4A6FCAE1F12644.pdf>
- “Butterfly effect”. Article. 2011. Wikipedia Free Encyclopedia . Web. Geraadpleegd op 22 april 2011.<http://en.wikipedia.org/wiki/Butterfly_effect>
- “De ecologische voetafdruk.” Onze impact verminderen. Oktober 2010. WWF Belgium. Web. Geraadpleegd op 25 februari 2011. < <http://www.wwf.be/nl/wat-doet-wwf/impact-verminderen/ecologische-voetafdruk/685>>
- “Diego Rivera. Article. 2011. Art Encyclopaedia Britannica. Web. Geraadpleegd op 22 april 2011.
- “Ecopodia”. Projecten. 2009. Vlaams Theater Instituut. Web. Geraadpleegd op 4 mei 2011. <<http://www.vti.be/nl/projects/ecopodia>>
- “Een energieaudit”. Energie. 2008. Brussels Instituut voor Milieubeheer. Web. Geraadpleegd op 26 mei 2011. http://documentation.bruxellesenvironnement.be/documents/IF_Energie_GEN02_Part_NL.PDF
- “Eerlijke handel”. Artikel. 2011. Wikipedia Online Encyclopedie. Web. Geraadpleegd op 29 mei 2011. <http://nl.wikipedia.org/wiki/Eerlijke_handel>
- Forum Theater”. Beschrijving methodes. 2008. Prosolva. Web. Geraadpleegd op 22 april 2011.
- “Gebouwbeheersysteem”. Artikel. 2011. Wikipedia de vrije encyclopedie. Web. Geraadpleegd op 26 mei 2011. <<http://nl.wikipedia.org/wiki/Gebouwbeheersysteem>>
- “Green Your events”. Music. 2008. Julie’s Bicycle. Web. Geraadpleegd op 20 mei 2011. <<http://www.juliesbicycle.com/music/venues/green-your-events>>
- “Green Your Venue”. Music. 2008. Julie’s Bicycle. Web. Geraadpleegd op 20 mei 2011. <<http://www.juliesbicycle.com/music/venues/green-your-venue>>
- “Internationale klimaatsonderhandelingen”, Thematische fiches klimaatverandering. 2010. Greenpeace Belgium. Web. Geraadpleegd op 25 februari 2011. <http://www.greenpeace.org/belgium/nl/wat-doen-we/klimaat/thematische-fiches/klimaatsonderhandelingen>
- “Jonge sla”. Persbericht. 2011. Vlaams Theater Instituut. Web. Geraadpleegd op 4 mei 2011. <http://www.jongesla.be/>
- “Kunst en Ecologie”. Over. 2009. BAM. Web. Geraadpleegd op 4 mei 2011. <http://www.kunstenecologie.be/over/>
- “Kunst en Ecologie”. Nieuwsbericht. 2009. BAM blog Kunst en Ecologie. Web. Geraadpleegd op 4 mei 2011. <http://www.bamart.be/pages/detail/nl/3295>
- “Milieuedragscan”. Producten. 2011. Ecolife. Web. Online geraadpleegd op 3 juni 2011. <<http://www.ecolife.be/producten/milieuedragsscan>>
- “Muurschildering”. Artikel. 2011. Wikipedia de vrije encyclopedie. Web. Geraadpleegd op 10 mei 2011. <<http://nl.wikipedia.org/wiki/Muurschildering>>
- “Oplossingen.” Dossier Klimaatverandering. 2010. Greenpeace Belgium. Web. Geraadpleegd op 25 februari 2011. < <http://www.greenpeace.org/belgium/nl/wat-doen-we/klimaat/oplossingen/>>
- “Problemen.” Dossier Klimaatverandering. 2010. Greenpeace Belgium. Web. Geraadpleegd op 25 februari 2011. < <http://www.greenpeace.org/belgium/nl/wat-doen-we/klimaat/problemen/>>

- “Theatre Of The Oppressed”. 2011. The Theatre Of The Oppressed Organisation. Web. Geraadpleegd op 22 april 2011. < <http://www.theatreoftheoppressed.org/en/index.php?nodeID=3>>
- “Vormingstoneel”. Letterkundig lexicon voor de neerlandistiek. 2002. DBNL. Web. Geraadpleegd op 2 mei 2011. < http://dbnl.org/tekst/bork001lett01_01/bork001lett01_01_0023.php>
- “What’s green music”. Greennote. 2011. One Degree Events. Web. Geraadpleegd op 14 april 2011. <<http://www.greennote.us/whatisit/>>

Andere

- “Beleidsnota Cultuur 2009-2014”. Cultuur. 2009. Cultuur, Sport, Jeugd en Media.
- Cultuurforum. Atelier Eco-cultuur. Cultuurbeleid in perspectief 2020. 2010. p. 3.
- De Greef, F., e.a., 2010. p. 3 (Atelier Eco-cultuur, Cultuurforum 2020. Brussel, 10 mei 2010)
- Julie’s Bicycle and British Council (2010). Long Horizons: An exploration of art and climate change. British Council, London.
- Leape, J., Focussing on the future, *Living Planet Report 2010*. WWF. 2010: p. 4
- Memorandum 2009-2014 van de Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media, p. 12.
- Verdonck, B., Handvest voor een actieve medewerking van de podiumkunsten aan een transitie naar rechtvaardige duurzaamheid, 2011, Het Toneelhuis.

Bijlagen

1. Handvest Benjamin Verdonck

HANDVEST VOOR EEN ACTIEVE MEDEWERKING VAN DE PODIUMKUNSTEN AAN EEN TRANSITIE NAAR RECHTVAARDIGE DUURZAAMHEID

AAN ALLE PODIUMKUNSTENORGANISATIES DIE STEUN ONTVANGEN ONDER HET KUNSTENDECREET EN BIJ UITBREIDING AAN IEDEREEN DIE DEZE OPROEP GEHOOR WENST TE GEVEN

IK VRAAG U MIJ TE HELPEN BIJ HET MAKEN VAN EEN KUNSTWERK
HET KUNSTWERK BESTAAT ERIN GEDURENDE EEN VOOROPGESTELDE PERIODE MET ZORG EN NAAR BEST VERMOGEN DE HIERNAVOLGENDE ARTIKELEN TE BETRACHTEN DEZE ARTIKELEN HEBBEN ENKEL BETREKKING OP HET DOEN EN VOORAL LATEN VAN DE GEENGAGEERDE IN ZIJN HOEDANIGHEID ALS WERKNEMER BINNEN EEN PODIUMKUNSTENORGANISATIE EN ZIJN OP GEEN ENKELE MANIER BINDEND VOOR HET DOEN EN LATEN VAN DE GEENGAGEERDE BUITEN DIT VERBAND
HET KUNSTWERK VANGT AAN OP 1 SEPTEMBER 2013 BIJ DE START VAN HET NIEUWE THEATERSEIZOEN EN LOOPT AF OP 1 FEBRUARI 2014 152 DAGEN LATER HALVERWEGE DATZELFDE THEATERSEIZOEN

NA AFLOOP VAN HET KUNSTWERK VERVALT ELKE VERBINTENIS AANGEGAAN TIJDENS DE CREATIE ERVAN

BIJ AANVANG VAN HET KUNSTWERK WORDEN ALLE ECO TEAMS VAN DE DEELNEMENDE PODIUMKUNSTENORGANISATIES ONTBONDEN

GEVRAAGD WORDT VERVOLGENS TE MEDITEREN OVER DE OORZAAK VAN DE ECOLOGISCHE CRISIS AAN DE HAND VAN EEN BRIEF DIE DE VERENIGDE NATIES SCHREEF AAN KUNSTENAARS GILBERT EN GEORGE NAAR AANLEIDING VAN HUN TENTOONSTELLING THE NAKED SHIT PICTURES MET DE MEDEDELING DAT WESTERSE UITWERPSELEN NOG GENOEG ZOUTEN EN MINERALEN BEVATTEN OM EEN KIND UIT DE DERDE WERELD VIER DAGEN LANGER MEE IN LEVEN TE HOUDEN

BIJ AANVANG VAN HET KUNSTWERK WORDT DE DONDERDAG VEGGIE DAG AFGESCHAFT
DIE DAG WORDT NAAR KEUZE BIEFSTUK FRIET GESERVEERD OF TONGFILET MET POMMES DAUPHINE

GEVRAAGD WORDT VERVOLGENS DE OVERIGE DAGEN VLEES NOCH VIS IN ZIJN KANTINE AAN TE BIEDEN

EEN WERKNEMER DIE BUITENSHUIS EEN MAALTIJD NUTTIGT IN DIENSTVERBAND ZAL ZICH BEHALVE OP DONDERDAG OOK VAN VLEES EN VIS ONTHOUDEN

BIJ AANVANG VAN HET KUNSTWERK WORDT ALLE PAPIEREN PROMOTIE VAN PRODUCTIES WAARVAN DE PREMIÈRE VOORZIEN IS BINNEN VOOROPGESTELDE PERIODE GEDRUKT IN ZWART WIT OP ONGEBLEEKT GERECYCLEERD PAPIER

HET HIERMEE GEWONNEN OVERSCHOT OP HET COMMUNICATIEBUDGET WORDT OP EEN GEMEENSCHAPPELIJKE REKENING GESTORT EN BIJ BEEINDIGING VAN VOOROPGESTELDE PERIODE

AANGEWEND VOOR HET HUREN VAN ÉÉN OF MEERDERE BILLBOARDS WAAR TEGEN WITTE ACHTERGROND IN ZWARTE LETTERS ONDERSTEBOVEN TE LEZEN ZAL STAAN

WE AGREED ON EVERYTHING

BIJ AANVANG VAN HET KUNSTWERK WORDT ELKE DEELNEMER GEVRAAGD ZICH MET HET OPENBAAR VERVOER EN/OF DE FIETS VAN EN NAAR HET WERK TE BEWEGEN

GEENGAGEERDEN DIE LATER WERKEN DAN ER OPENBAAR VERVOER VOORZIEN IS KRIJGEN OVERNACHTING AANGEBODEN TOT DRIE MAAL TOE KAN DE GEENGAGEERDE FAMILIALE OMSTANDIGHEDEN INROEPEN OM MET EEN TAXIDIENST ALSNOG NAAR DE WOONPLAATS TERUG TE KEREN

BIJ DE AANVANG VAN HET KUNSTWERK WORDEN DE DEELNEMERS GEVRAAGD OM HUN DANS- EN TONEELSTUKKEN TE MAKEN ZONDER DÉCOR OF MET DÉCOR MAAR SAMENGESTELD UIT MATERIAAL DAT AL IN HET BEZIT WAS VAN ÉÉN VAN DE ORGANISATIES VOORALEER DEZE HUN MEDEWERKING AAN HET KUNSTWERK VERLEENDEN

VOOR TONEELSTUKKEN DIE REIZEN GELDT IN HET BIJZONDER DAT (AFGEZIEN VAN HET MATERIEEL WAAROVER HET HUIS WAARNAARTOE MEN REIST BESCHIKT) HET DÉCOR VAN DIE HOEDANIGHEID IS DAT SPELERS EN TECHNICI IN DE MOGELIJKHEID VERKEREN OM DE STUKKEN TIJDENS HUN VERPLAATSING OP EEN VEILIGE EN COMFORTABELE MANIER MET ZICH MEE TE DRAGEN

HET HIERMEE GEWONNEN OVERSCHOT OP HET DECORBUDGET DIENT AANGEWEND OM MEER TECHNICI ACTEURS EN ACTRICES TE WERK TE STELLEN

BIJ DE AANVANG VAN HET KUNSTWERK VERBINDT EEN IEDER ZICH ERTOE GEEN GEBRUIK TE MAKEN VAN HET VLIEGTUIG NOCH GEZELSCHAPPEN TE ONTVANGEN DIE VOOR HUN VERPLAATSING HIERVAN GEBRUIK MAKEN

OP DIT ARTIKEL IS GEEN UITZONDERING MOGELIJK BEHALVE WANNEER DEELNEMENDE ORGANISATIE ARGUMENTEERT DAT VLIEGEN DE ENIGE OPTIE IS OM HET FINANCIËLE VOORTBESTAAN VAN DE ORGANISATIE TE VERZEKEREN OF WANNEER DE GEENGAGEERDE IN HET BEZIT IS VAN EEN RING DIE HIJ OM ZIJN VINGER DRAAIT WAARNA HIJ ONZICHTBAAR VLIEGT EN DIT TWEEMAAL OP EEN EUROPESE EN EENMAAL OP EEN TRANSATLANTISCHE VLUCHT WAARNA DE BEVOORRECHTTE ZICH ERTOE VERBINDT EEN MAAND LANG ELKE AVOND TOT DRIEMAAL TOE TE HUILEN ALS EEN HOND

BEELDT U ZICH IN WAT ER ZOU GEBEUREN MOCHT DE GEHELE PODIUMKUNSTENSECTOR NAUWGEZET EN HARDNEKKIG VOLHARDEND 152 DAGEN LANG MEEHELPE AAN DIT KUNSTWERK

WAT EEN EPIFANIE AAN MOGELIJKHEDEN DRAAGVLAKKEN EN SYMBOLISCH KAPITAAL

WAT EEN KATHEDRAAL AAN KLUWENS DISSONANTEN EN DIALECTIEK DIT ZOU GENEREREN VOOR ONZE TOEKOMSTIGE KUNSTPRAKTIJK COCTEAU INDACHTIG DIE TOEN HIJ GEVRAAGD WERD WAT HIJ MEE ZOU NEMEN MOCHT ZIJN HUIS IN BRAND STAAN ANTWOORDDE

HET VUUR

Meer info: www.handvest.be

2. Interviewvragen

- Noemen jullie betreffend muziekcentrum duurzaam, ecologisch?
Waarom? Sinds wanneer is de organisatie ecologisch verantwoord bezig?
- Hoe vertaalt zich dat **intern**?
 - Welke stappen ondernemen jullie? Ook qua personeelsbeleid?
 - Hoe wordt dat gecommuniceerd?
 - Is er een 'milieubeleidsplan'?
 - Worden deze stappen effectief toegepast en algemeen gedragen?
 - Bent u de 'ecologisch verantwoordelijke' binnen de organisatie?
- Hoe vertalen jullie deze ecologische visie **extern**?
 - Publiekswerking
 - Themadagen
 - Communicatie in het centrum zelf (café → bekers, affiches, website)
 - Groene programmatie?
- Is de ecologische visie in elke afdeling even sterk aanwezig? Waar wel, niet? Hoe brengt iedere afdeling dit tot uiting?
- Worden jullie vrijwilligers betrokken in de ecologische werking? Hoe?
- Hoe reageert jullie publiek? Vragen jullie hen om feedback? Hoe?
- Wat willen jullie in de toekomst nog bereiken mbt duurzaamheid?
- Vragen jullie ecologische subsidies aan? Of hoe gebeurt de financiering? Worden jullie door de overheid (of een andere, lokale overheid) 'beloond' voor ecologische investeringen en projecten?
- Waarin verschilt jullie ecologische aanpak met andere muziekcentra?

- Versterkt het 'groene verhaal' het imago van het muziekcentrum? Zo ja, op welke manier?
- Kan muziek, cultuur mensen aanzetten tot ecologisch verantwoord leven? Hoe?
- Hoe zien jullie de verantwoordelijkheid van de organisatie ten opzichte van de samenleving? Wat is jullie rol in de samenleving?

3. Green Theatre Action Plan¹²³

10 tips voor het ecologisch beheer van theatergebouwen

1. Stel een vormingsprogramma op voor alle medewerkers, betrek iedereen bij het energie en afvalbeheer.
2. Analyseer het gebruik van de HVAC-installaties en maak eenvoudige aanpassingen die snel effect scoren: verwarm geen ongebruikte ruimtes, controleer of de thermostaten niet te hoog staan, zoek het evenwicht tussen verwarmen, ventileren en koelen.
3. Laat de scènebelichting niet langer branden dan werkelijk nodig is voor repetities en voorstellingen.
4. Verminder buitenverlichting, schakel over op zuinige lampen (LED, spaarlampen), schakel de verlichting overdag uit.
5. Verminder binnenverlichting: maak gebruik van zuinige lampen, plaats tijdschakelaars of sensoren om weinig gebruikte ruimtes niet langer dan nodig te verlichten.
6. Maak een afvalplan op maat van ateliers, kantoren, publieksruimtes: reduceer de productie van afval, sorteer het en voer het gescheiden af, stimuleer hergebruik van materialen.
7. Laat een energie-audit uitvoeren als eerste stap naar een geïntegreerd beheerssysteem.
8. Werk samen met leveranciers en partners, informeer hen over het gevoerde beleid en vraag hen dat te respecteren. Kies leveranciers en producten op basis van hun milieupact.
9. Mobiliteit: promoot het openbaar vervoer bij medewerkers, geef het publiek informatie over de bereikbaarheid van je zalen. Een betere planning kan de milieubelasting van reizen en transporten verminderen.
10. Kijk ook op langere termijn. Investerings om energieverbruik te verminderen(bijvoorbeeld isolatie of nieuwe installaties plaatsen) vragen een drietal jaren alvorens de besparingen financieel zichtbaar worden. Hou daar rekening mee bij de financiering ervan.

¹²³ Aerts, J., Green Theatre: taking action on climate change. *Courant*. 2008: 87, p. 6-8.

10 tips voor een duurzamer aankoopbeleid

1. Directie en bestuur steunen het duurzaam aankoopbeleid en houden er rekening mee in de begroting.
2. Expliciteer de visie over duurzaam aankoopbeleid, bepaal doelstellingen en communiceer ze aan alle medewerkers.
3. Stel een verantwoordelijke voor duurzaam aankoopbeleid aan, deze verzamelt informatie over producten, labels en leveranciers, en kan deze kennis delen.
4. Stel in de eerste plaats de vraag of een aankoop echt nodig is, misschien is huren, lenen of tweedehands aankopen een betere optie.
5. Communiceer het beleid in elk eerste contact met leveranciers. Zeg dus tegen een vormgever dat er ecologische eisen gesteld worden aan papier en inkten voor het drukwerk dat die gaat ontwerpen.
6. Neem criteria op in contracten en offertevragen.
7. Vraag leveranciers om alternatieven voor te stellen.
8. Analyseer regelmatig de impact van het aankoopbeleid op lucht en water, afval, grondstoffen en duurzaamheid.
9. Neem aankoopbeslissingen op basis van de kost die de hele levenscyclus zal vragen en niet louter op basis van de laagste prijs. Kies bijvoorbeeld voor elektrische apparaten met A-label die minder elektriciteit verbruiken. Koop hout en papier met FSC-label, geef voorrang aan herbruikbare verpakkingen, kies oplaadbare batterijen...
10. Verminder vervoer en verpakking door aankopen beter te plannen.