

De winnaar is...

Marleen Baeten plaatst kanttekeningen bij het Océ Podiumproject

Op 21 april '97 vond de eerste uitreiking plaats van wat al meteen dé jaarlijkse podiumkunstenprijs genoemd werd. De prijs ter waarde van 1 miljoen frank draagt niet de naam van een illustere theatermaker, onderzoeker of mythologische figuur, maar verwijst met een drieletterwoord naar de nieuwe weldoener van het theater: Océ. Nooit eerder van gehoord? Sinds kort loop je nochtans het gevaar om als cultuurbaar door het leven te gaan als je Océ niet kent.

De Océ Podium Prijs is immers slechts één onderdeel van het *Océ Podiumproject*, dat de medewerking geniet van 'een aantal belangrijke culturele instellingen in Vlaanderen' (dixit de persnota): Theaterfestival (deSingel, Kaaitheater, Vooruit), Vlaams Theater Instituut, Vlaamse Directies voor Podiumkunsten en Stichting voor Kunstpromotie. In het kader van 'de samenwerking met de Vlaamse podiumsector' is Océ immers ook 'hoofdpartner' van het Theaterfestival Vlaanderen en 'partner' van het Vlaams Theater Instituut. Je zou haast gaan denken dat 'partner' Océ een nieuw onderzoekscentrum of een soort theaterinstituut uit een ander land is, maar voor alle duidelijkheid: Océ is gewoon een bedrijf dat zijn oog op het theater heeft laten vallen in zijn zoektocht naar nieuwe vormen van public relations, imagebuilding en schenkingen met vrijstelling van belasting. Gewoon sponsoring dus, zij het met een overeenkomst voor minimum drie jaar. Of toch niet zó gewoon?

'Voor het eerst in de Vlaamse sponsorgeschiedenis kiest een bedrijf voor een integrale samenwerking met de culturele sector,' meldt het persbericht dat verspreid werd tijdens Theaterfestival '96. 'De culturele sector' wordt gemakshalve gelijkgeschakeld met drie geografisch gespreide groten enerzijds en enkele omkaderende initiatieven en organisaties anderzijds. 'Integraal' betekent hier zoveel als: goed uitgekende ankerpunten in ruimte en tijd, meer bepaald Antwerpen, Gent, Brussel, het Theaterfestival in september, de uitreiking van de VTI-vormgeversprijs in oktober (100.000 fr. geschonken door Océ, maar deze keer toch genoemd naar Herman Teirlinck), de Océ Podium Prijs in april. Je zou haast vergeten dat er andere invullingen van 'integrale' gerichtheid op een sector denkbaar zijn. Noordstarfonds bijvoorbeeld steunt al jaar en dag een grote diversiteit aan theaterinitiatieven, waarin op de eerste plaats het kleine en experimentele op financiële steun kan rekenen.

De keuze voor de uitdrukkingen 'inte-

graal' en 'voor het eerst' is dus betwistbaar, maar het klinkt goed en we worden er allemaal beter van: financiële en promotionele ondersteuning van de theatersector, hand in hand met *free publicity* voor het sponsorende bedrijf. To be or not to be. Ook Hugo De Greef vond het nodig om het begrip 'Voor het eerst' in de mond te nemen tijdens zijn toespraak op de persconferentie ter gelegenheid van de lancering van de Océ Podium Prijs. Hij drukte zijn blijdschap uit over het feit dat het niet om een theaterprijs maar om een podiumkunstenprijs ging. 'Voor de eerste keer wordt bij het toekennen van een prijs het geheel van de podiumkunsten in zijn onderling verband geplaatst,' zei hij. Daarbij zag hij over het hoofd dat de Vlaamse Vereniging ter Bevordering van de Theaterkritiek al sinds 1992 jaarlijks de Thersitesprijs (ter waarde van 100.000 fr.) uitreikt aan 'een productie, een gezelschap, een individuele kunstenaar of een persoonlijkheid uit de podiumkunsten'. In het streven naar *free publicity* is 'voor het eerst' een obligaat begrip. De *wet van de grote getallen* doet de rest.

Toch is 'voor het eerst' niet helemaal uit de lucht gegrepen met betrekking tot het *Océ Podiumproject*. In navolging van de sponsoring van sport- en andere manifestaties beperkt ook de theatersponsoring zich niet langer tot een financieel-juridische operatie, maar maakt ze prominent deel uit van de marketingstrategie van een bedrijf, met een nieuwe rolverdeling van sponsor en theaterorganisaties tot gevolg. Océ zet zelf een cultureel evenement op waaraan het exclusief de eigen bedrijfsnaam verbindt. Door zich gedurende minstens drie jaar als 'partner' in een 'samenwerkingsverband' met enkele concrete organisaties op te stellen, gaat Océ tevens verder dan bijvoorbeeld de alomgekende 'partner voor cultuur' wiens logo onder andere op dit *Etcetera*-nummer prijkt. Minder vrijblijvend, maar ook: hoe vrijlatend? Het is moeilijk uit te maken of procedure en reglement van de Océ Podium Prijs er anders zouden hebben uitgezien zónder sponsor 'partner'. In elk geval kan je er niet omheen dat het reglement de prijs verbindt aan 'een waardevolle artistieke prestatie van het voorbije jaar', terwijl zowel de uitgebreide nominatiejury als de eindjury zich minstens even sterk hebben laten leiden door de ruimere betekenis van de genomineerde kunstenaars. Meer nog: het is gewoon ondenkbaar dat Alain Platel de prijs alleen zou gekregen hebben omwille van *Bernadetje*, want er bestaan weinig zulke onontwarpbare samen-

werkingsverbanden als die tussen Alain Platel en Arne Sierens.

Pier Nabuurs, managing director van Océ-Belgium, benadrukt dat het bedrijf geen inhoudelijke invloed wil bij de gesponsorde projecten. 'Het bedrijf wil wél een stevige vinger in de pap bij al wat de voorstelling omringt.' (Trends 1/5/97) Hij vernoemt een goede ontvangst van de toeschouwers, recepties van niveau en beschikbare parkeerplaatsen. Maar in praktijk reikt de invloed verder. Bij de feestelijke prijsuitreiking moest het elf minuten lange juryverslag ingekort worden tot zes à zeven minuten, omwille van het vlotte verloop van *de show*. Theater is een feest, jaja. Niemand mort. Het goede doel...

Welke zijn dan de meerwaarden van het *Océ Podiumproject* voor de Vlaamse podiumsector? Het persbericht geeft geen bedragen vrij, maar somt op: 'Promotioneel': 'verhogen van de slagkracht van de podiumkunstensector in de samenleving' en 'de podiumsector heeft nood aan een sacraal moment waarop alle ogen in Vlaanderen gericht zijn'. 'Inhoudelijk': 'opwaardering van het theaterleven', 'opwaardering algemeen discours over podiumkunsten' en 'opwaardering van het theateronderzoek (dieptewerking)'. Alleen bij het laatste element kan ik me iets concreets voorstellen. Ik meen te begrijpen dat de financiële steun van Océ de onderzoeksfunctie van het Vlaams Theater Instituut veilig stelt. Zal men dan eindelijk werk kunnen maken van degelijk historisch onderzoek? Van stevige beleidsvoorbereidende studies? Van een studie van het theater in samenhang met andere artistieke en maatschappelijke fenomenen? Van onderzoek naar (de geschiedenis van) de invloed van productieomstandigheden op artistieke creaties?

In het februari-maartnummer van *Courant*, het berichtenblad van het Vlaams Theater Instituut, kondigt het VTI aan dat het de komende jaren meer aandacht wil besteden aan 'de maatschappelijke slagkracht van de podiumkunsten: hun impact op het sociale leven, hun toekomst, hun effect op (mogelijke) publiek(en), hun bekendmaking via andere media, enz.' Op dat ogenblik lagen er twee onderzoeksvoorstellen ter discussie: '1. een onderzoek naar de interactie en wisselwerking tussen het publiek van de podiumkunsten en dat van de televisie; 2. een onderzoek naar de loopbaan van verschillende publieken (hun binding met bepaalde media, met bepaalde kunstorganisaties), enz.' De keuze viel al snel op het laatste onderzoek. In de toelichting lees ik