



Klaas Tindemans en Nica Broucke / Michael De Lausnay

*mercieel theater? 'Les Misérables' werd in elk geval door De Morgen gesponsord.*

Broucke: Daar ben ik niet zelf verantwoordelijk voor. Dat is gekomen omdat wij bij VTM zitten, en VTM banden heeft met Music Hall.

Heene: En heeft die sponsoring enige invloed gehad op de recensie van Peter Anthonissen?

Schyvens en Heene: Née.

Schyvens: En wie was er heel kwaad? Geert Allaert. Ik ga ervan uit dat de theatersector niet kwaad is voor al die negatieve recensies van hun mediapartner. De reactie van Geert Allaert op de recensie van Peter Anthonissen over *Les Misérables* in De Morgen, bewijst dat wij met iets anders bezig zijn.

*Etcetera: Kunnen jullie zich voorstellen dat jullie kranten geen theater meer zouden sponsoren?*

Broucke en Cooremans: Ja, natuurlijk.

Broucke: In Nederland bestaat mediasponsoring niet in de vorm zoals wij die hier kennen. Daar betalen de gezelschappen gewoon voor hun advertentieruimte, net zoals de commerciële klanten. In Vlaanderen is de situatie eigenlijk een beetje scheefgetrokken.

Cooremans: Ook voor ons is mediasponsoring niet echt noodzakelijk, maar wel leuk en belangrijk voor ons imago. Maar het moet niet absoluut theater zijn. Ik denk dat het op een bepaald moment goed is om theater te doen. Theater zit in Vlaanderen momenteel in

de lift, en wij willen ons imago verjongen, dus voor ons is theater nu perfect. Maar ik weet niet of dat over 20 jaar nog zo zal zijn.

#### Het uithangbord van de burger

*Etcetera: Dat kadert binnen de (burgerlijke) gedachte dat cultuur belangrijk is voor imagovorming in het algemeen?*

Broucke en Cooremans: Ja.

*Etcetera: De Financieel Economische Tijd sponsort bijna niet.*

Holthof: Wij zijn een krant die nog altijd verkoopt zonder daar videocassettes bij te moeten geven. Er zijn wel een paar uitzonderlijke gevallen, zoals de Stichting voor Kunstpromotie, vreemd genoeg. In theater sponsoren wij helemaal niets. Wat niet wil zeggen dat als iemand zich geroepen voelt... Ik geloof dat de concurrentie tussen De Morgen en De Standaard, en de algehele commercialisering van de pers, veel te maken heeft met die mediasponsoring. Theatremakers profiteren daarvan.

Broucke: Ik denk dat de lezer de nieuwsgaring over theater eerder in De Morgen en De Standaard gaat zoeken dan in de Financieel Economische Tijd, en de lezer van de FET eerder geïnteresseerd is in tentoonstellingen, enz.

Holthof: Wij hebben een ander imago. Wij hoeven ons niet absoluut als jong enz. te profileren. Integendeel. Onze lezers zijn couponnetjesscheurders. Het hele mooie – en daarom heb ik bij dit gesprek mijn antigelddiscours kunnen voeren – is dat wij de boodschap krij-

gen: 'maak een goede cultuurbijlage, en we kijken niet naar de cijfers'. Wij staan buiten de vrije markt, tenminste wat cultuur betreft. Het hele idee dat het theater, een zo marginale sector, economisch moet functioneren, vind ik een absurditeit. Ik begrijp wel waar die logica vandaan komt: om mensen te activeren, enz. Ik wil natuurlijk niet dat we terugvallen in het oude systeem à la KNS. Maar economisch, in godsnaam, stelt dat niets voor. Tegenwoordig heeft men de mond vol over cultuurindustrie, en moet cultuur opbrengen. Dat is de logica achter Geert Allaert en consoorten. Bij ons geldt het oude cultuuridee: je maakt je geld met iets, met couponnetjes scheuren bijvoorbeeld. En dat ga je dan aan cultuur besteden. Dat is een manier om je geld op te maken, niet om je geld mee te verdienen. Zo werkt het voorlopig bij de FET. Cultuur is een extra service die de krant biedt, en die niet noodzakelijk een return moet hebben. Zeker niet zolang de oplage hoognaamd stijgt.