

Erik Akkermans

Naar een **tompouce-economie**

Over de culturele en creatieve sector
in de nieuwe economie

Met reacties van Berend Jan Langenberg, Barbara Baarsma en Paul Rutten

BOEKMAN



Inhoud

- 3 **Erik Akkermans**
Naar een tompouce-economie
Over de culturele en creatieve sector
in de nieuwe economie
- 15 **Berend Jan Langenberg**
**Wat te doen met de arbeidsmarkt
in de culturele sector?**
- 19 **Barbara Baarsma**
Een appelbol in plaats van een tompouce
- 23 **Paul Rutten**
Tom Poes meets Willy Wortel!

Erik Akkermans

Naar een tompouce-economie

Over de culturele en creatieve sector in de nieuwe economie

‘Tom Poes, verzin een list!’ Aan Martin Toonder danken we deze gevleugelde uitdrukking uit de mond van de weldoorvoede, doorgaans zelfvoldane, maar onzekere Heer Ollie B. Bommel. Zo wendde hij zich tot zijn jonge vriend, die vaak niet voor vol werd aangezien, maar als het erop aankwam beter tot handelen in staat bleek.

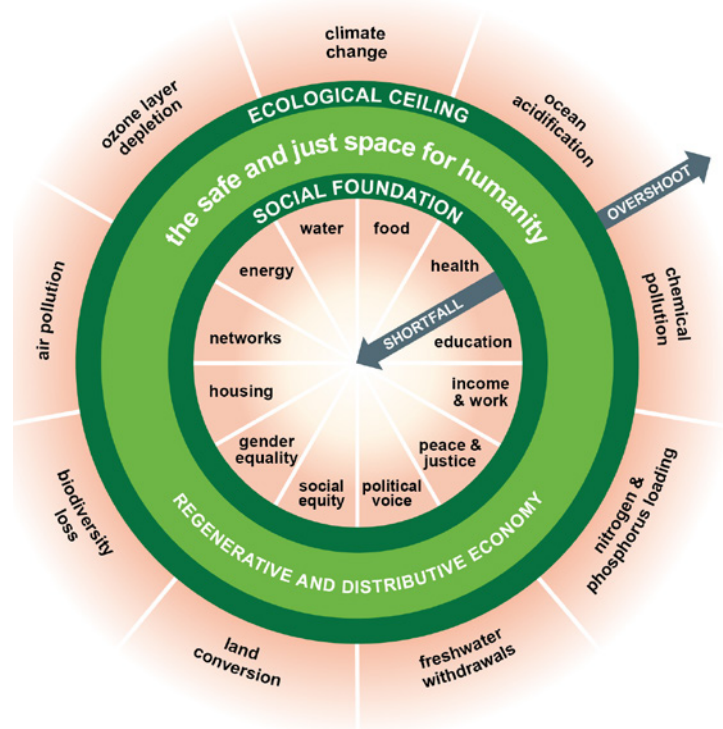
Kan de culturele en creatieve sector de rol van Tom Poes vervullen? Listen en relevante verhalen verzinnend in de wereld vol ecologische, economische, maatschappelijke, internationale problemen en conflicten? Welke randvoorwaarden moeten we daar dan voor scheppen? En kan de economische wetenschap daarbij steun in de rug geven?

Het is tijd voor iets anders

Alles moet anders was de fantastische titel van de op eigen gezag geschreven cultuurnota waarin schrijver Dirk Ayelt Kooiman uiteenzette hoe de kunstsubsidieering zijns inziens geregeld zou moeten worden (Kooiman 1982). Ik moet er vaak aan denken als ik publicaties lees die radicale verandering bepleiten. Hoe dringender de noodzaak en markanter de boodschap, des te taaier en trager de veranderingsprocessen. Waarschuwingen over energiecrises, milieucatastrofes, dreigende kloven tussen werelddelen en bevolkingsgroepen gaan al een tijdje mee. ‘Alles moet anders’, dat vinden inmiddels de meeste politici, ondernemers, milieuorganisaties en wetenschappers, onder wie economen. Maar hoe? Wanneer?

Kate Raworth, (‘de Keynes van de 21ste eeuw’)¹, schreef in *Doughnut economics* hoe in zeven stappen naar een economie voor de 21ste eeuw te komen (Raworth 2017). Ze rekent af met klassieke axioma’s in haar vakgebied en vooral met de fixatie op noodzakelijke groei. Raworth spreekt van de ‘circulaire, regeneratieve’ economie. Raworth: ‘Tijdens colleges spraken we nooit over het doel van de economie, en hoe succes er eigenlijk uit zou moeten zien. Het was een stilzwijgende aanname dat alles draait om groei en een stijging van het bruto binnenlands product. Terwijl ik juist wilde kijken vanuit het prisma van menselijk welzijn en respect voor het milieu’ (Ansink 2018). Het model van Raworth plaatst de toekomstige economie in de perfecte ruimte tussen enerzijds het voldoen aan de basisbehoeften, zoals omschreven door de Verenigde Naties in hun Sustainable Development Goals,² en anderzijds een beheerst gebruik van de externe bronnen die hiervoor nodig zijn en die niet mogen worden uitgeput. De perfecte economie blijft binnen de ecologische ruimte, maar biedt voldoende sociale basis. Dit wil zeggen: alle bewoners van de aarde beschikken over water, voedsel, gezondheid, energie en huisvesting, ze hebben toegang tot onderwijs, onafhankelijke rechtspraak en open politieke kanalen. Ook hebben ze menswaardig werk en voldoende inkomen, maken ze deel uit van sociale netwerken en ervaren ze in alle opzichten een gelijkwaardige behandeling. Haar model

van de nieuwe economie is natuurlijk niet het enige alternatief voor de toekomst. Zo beschrijft Felber de toekomst van de ‘ethische economie’, aansluitend bij alle kritiek op doorgeslagen kapitalisme en het gebrek aan directe inbreng van burgers en consumenten (Felber 2017). Er komt steeds meer denken op gang over een economie die niet winstmaximalisatie en individueel profijt, maar duurzaamheid en collectiviteit centraal stelt. Geld verdienen is in deze economie niet vies, maar evenmin een doel op zichzelf. Alleen al om welvaart, welzijn, onderwijs, gezondheid en sociale voorzieningen in stand te houden moet de motor draaien. Hoe los je ingebouwde problemen in deze motor op? Hoe voldoe je beter aan de basisbehoeften en een eerlijke verdeling op wereldschaal? Hoe circulair kan de motor werken? Kunnen we onderdelen vernieuwen en daarmee die nieuwe economie van Raworth, Felber en anderen realiseren? ↓



Afbeelding 1.
Het Donutmodel
 Bron: Raworth 2017

Naar een economie 3.0

Raworth past weliswaar een stevige, kritische analyse op haar vakgebied toe met een opvallend model om mee naar de toekomst te kijken, maar deze roept ook vragen op, zoals hoe zonder groei voldoende welvaart mogelijk is. Daar gaat ze niet op in. Raworth zet helder uiteen waarin het huidige economische model tekortschiet en waaraan het toekomstige moet voldoen.

Maar zuiniger leven en eerlijker delen bieden nog geen garantie op voldoende, individueel en macro, verdienvermogen. Daarnaast ontbreekt de culturele waarde in haar analyse. Op de lijst van basisbehoeften kent zowel Raworth als de Verenigde Naties geen plaats toe aan beleving van en uitdrukking aan culturele identiteit.

Waartoe leven we? En waartoe dient, binnen dát kader de economie? De betekenis van kunst, cultuur, cultureel erfgoed, media en creatieve industrie voor individu en samenleving komt niet aan de orde. Om op het al veelvuldig beschreven waardethema nu niet al te ver door te gaan, houd ik me aan de stelling van Pascal Gielen en anderen: 'dat de corebusiness van de cultuursector het vormgeven van en betekenisgeven aan manieren van samenleven is' (Gielen et al. 2014, 27). Is dat geen *sustainable goal*?

Tompouce, de chique Franse naam voor het slimme, kleine wezen, is ook een culinair fenomeen: een stevige ondergrond en bovenlaag van

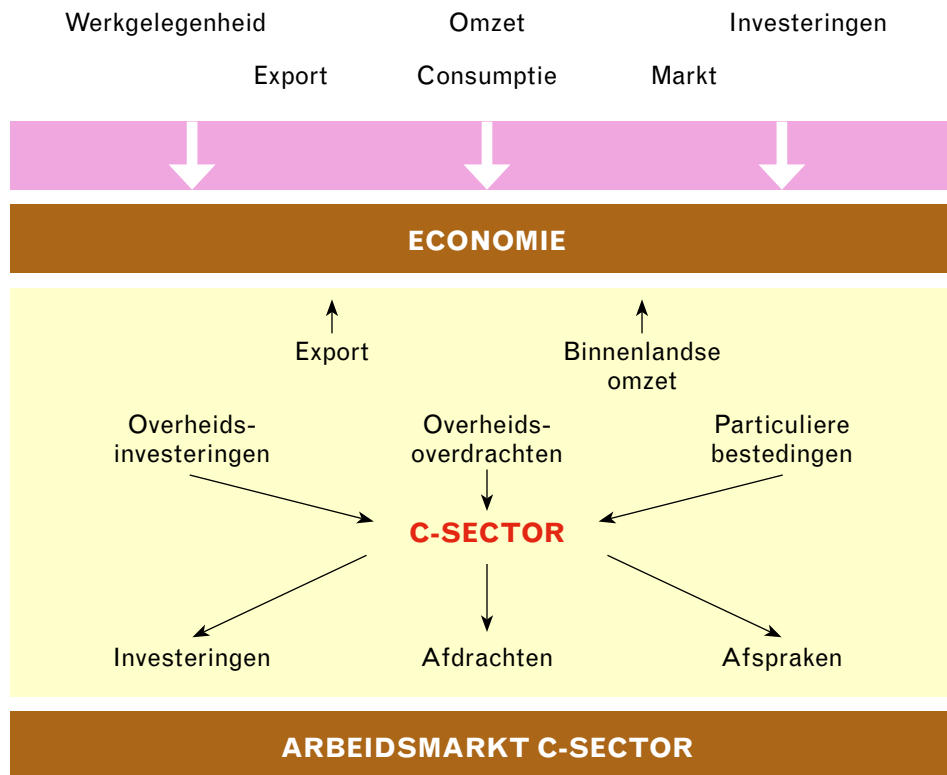
Na de donuteconomie van Kate Raworth is het nu tijd voor de tompouce-economie

bladerdeeg met daartussen romige banketbakkersvanille. Na de donuteconomie van Kate Raworth is het nu tijd voor de tompouce-economie. Met het tompouce-model wil ik alsnog een plaats voor kunst en cultuur bepleiten, zowel vanuit wezenlijke individuele en collectieve behoefte als vanuit de instrumentele waarde van cultuur en de brandstoffunctie voor de samenleving. Bovendien krijgen de 'niet-harde' sectoren zoals cultuur, wetenschap, onderwijs of zorg door een meer centrale plaats in het economische model meer aandacht als mogelijke motor voor de economie. Ik spits het hier toe op cultuur. Maar dus wel in een breder perspectief: ook de zorg of de wetenschap verdient een tompouce.

Laten we voor het gemak en met het oog op het discours maar even meegaan met de gedachte dat economie 'hard' en cultuur 'zacht' is. In de tompouce beschermt en voedt de harde bovenlaag de zachte materie daaronder. Die 'harde' bovenlaag is de economische bedrijvigheid die geld in de laatjes van particulieren en overheid brengt. In de economische praktijk is de harde bovenlaag soms beschadigend, soms beschermend, soms stimulerend. Denk in het eerste geval aan monopolisten en speculanten, in het tweede geval aan particulier en overheids-mecenaat, maar ook aan het raakvlak tussen 'hard' en 'zacht', zoals uitgeverijen, producenten, distributeurs. Het is immers ook omgekeerd: de culturele en creatieve sector draagt bij aan de economie en helpt die harde bovenlaag in stand houden. Er is inmiddels redelijk wat literatuur waar de voorbeelden van economisch voordeel van cultuur uit springen.³

De focus van de culturele opdracht is echter niet 'geld verdienen', maar inhoudelijke waarde toevoegen, verbeeld en verbeeldend. Wil die zachte tussenlaag zijn werk kunnen doen dan is ook een stevige bodem vereist, met name een goed ingestelde arbeidsmarkt. Daar gaat het tweede deel van dit essay over. Het tompouce-model: cultuur draagt bij aan de ontwikkeling van 'de economie', 'het economisch systeem' schraagt de cultuur van onder en voedt haar van boven. Er is zeker geen volkomen circulariteit (de oliebol komt er niet voor in aanmerking om de tompouce als model te vervangen), maar natuurlijk hangen de drie elementen nauw samen.





Afbeelding 2.
Het Tompoucemodel
 Ontwerp: Kumi Hiroi

Cultuur en nieuwe (verdien)modellen: economie

Binnen de bestaande orde levert de culturele en creatieve sector stevige economische bijdragen. Daarbij kun je denken aan hoe cultuur het toerisme stimuleert, het vormgeven van nieuwe producten of het maken van nieuwe content voor bestaande media. Het betreft nuttige en veelal te kwantificeren bijdragen,⁴ maar zeker zo belangrijk is de betekenis van kunst en cultuur⁵ (de C-sector) voor de ontwikkeling van een nieuwe (duurzame en evenwichtige) economie. Het is goed om daarbij ook naar de omvang te kijken. Aan werkgelegenheid bieden cultuur en media zo'n 320.000 arbeidsjaren aan werk. Dat zijn 490.000 banen en dit betreft 4,7 procent van de totale arbeidsmarkt (CBS 2021). De creatieve sector is een banenmotor met een ongekend groeipotentieel, stelt de *Monitor Creatieve Industrie 2021* (Rutten et al. 2022).

Het zou gek zijn als juist de C-sector niet wezenlijk aan het denken over en ontwikkelen van de nieuwe economie zou bijdragen. Niet alleen met de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, maar bijvoorbeeld ook door het opzetten van sectorale pilots voor basisinkomen in allerlei varianten, zoals vouchers of basisarbeid. Of het werken aan remedies voor de ziekte van Baumol (economische zwakte van sectoren als cultuur en onderwijs die geen permanente productiviteitsstijging kunnen realiseren).⁶ Denk aan huisvestings- en arbeidscöoperaties, collectiviteiten voor energievoorziening, varianten op de broodfondsen, de ontwikkeling van 'commons'.⁷ Bij nieuwe verdienmodellen valt te denken aan de platformeconomie (SER 2020), aan online technologie en technologische innovatie. Bedenk de kansen, de ontwerpogaven, de ethische grenzen. De nieuwe economie vraagt enorm veel denkkraft, creativiteit



en experimenteervermogen en daar is de cultuursector nu juist rijk aan.⁸ Dit geldt zeker ook het fysieke duurzaamheidsaspect en klimaatbeleid.⁹

Paul Rutten wijst er in zijn inleiding op de *Monitor Creatieve Industrie 2019* op dat je de bijdrage van cultuur wel kunt kwantificeren, maar dat het geheel aan waardecreatie niet in beeld kan worden gebracht. Als bron voor innovatie (elders) blijft de sector onderbelicht. Ook de maatschappelijke waarde en het belang voor de samenleving van de creatieve industrie in cultureel opzicht moeten in beeld blijven (Rutten et al. 2019).

Verdienmodellen

Raworth gaat ervan uit dat er voldoende werkgelegenheid kan worden gecreëerd binnen een 'groeï-agnostisch' model. 'De door velen aanbevolen maatregel om niet langer arbeid maar het gebruik van hulpbronnen te belasten, zou er niet alleen toe leiden dat de menselijke inventiviteit minder gericht was op het maken van meer dingen met minder mensen en juist meer op het maken van dingen met minder spullen, maar zou ook meer mensen aan het werk zetten' (Raworth 2017,263). In 'groene groei' (economische groei in een ecologisch verantwoorde context) gelooft zij niet. Het lijkt of zij het ene geloof (groeï!) inruilt voor het andere (geen groeï!). Maar van dat nieuwe

Als bron voor innovatie (elders) blijft de sector onderbelicht

geloof heeft ze mij nog niet overtuigd. Biedt het nulsceario inderdaad voldoende garantie voor welvaart en welzijn? Ze laat zelf weten dat hier nog veel experimenten en onderzoeken nodig zijn. En is er geen ander groeiscenario denkbaar? Zo liggen er al snel vier vragen:

- Welke verdienmodellen passen bij een 'groeï-agnostisch' model?
- Welke verdienmodellen passen binnen een groen groeimodel en stimuleren dit?
- Welke ontwikkelbijdragen kan de C-sector leveren aan een nieuwe economie (groene of zero groei)?
- Welke kansen biedt juist zo'n nieuwe economie aan de C-sector?

Deze laatste twee vragen maken duidelijk dat het mes voor de C-sector aan twee kanten snijdt. Zoals hierboven aangeduid is er een groot potentieel voor de noodzakelijke innovaties: in energietransmissie, energiegebruik, transport en logistiek, materiaalgebruik, communicatie en zo meer. De over het algemeen relatief geringe impact op het milieu maakt de C-sector bovendien tot een van de meest aantrekkelijke sectoren om te investeren in werkgelegenheid. De sector kan zelf zeker nog stappen zetten op de weg van de duurzaamheid, maar er is in vergelijking met andere sectoren een beperkt gebruik van energie en grondstoffen. Bij het ontwikkelen van werkgelegenheid gaat het om inhoudelijke, bevredigende en relatief goedkope arbeid waarvoor beperkte investeringen nodig zijn. De structureel lage arbeidsproductiviteit die nauwelijks met technologie valt te verbeteren (Rutten et al. 2019) is een economische handicap, maar in dit geval mogelijk ook een voordeel. Is het een aantrekkelijke arbeidsmarkt? Misschien is het eerst tijd voor groot onderhoud opdat de C-sector optimaal zijn rol kan gaan spelen in de nieuwe economie.

Een stevig sociaal-economisch fundament

Een goede tompouce kan niet zonder een krokante, maar stevige bodem. Om de output van de C-sector te optimaliseren is een goed werkend economisch model van belang, toegespitst op het functioneren van de arbeidsmarkt. Toenmalig minister van Cultuur



Bussemaker heeft dit in 2015 geagendeerd (Bussemaker 2016). Zij was niet in staat de grote bezuinigingen van 2012 en de effecten van de economische crisis in haar bewindsperiode met voldoende middelen te corrigeren, maar ze vroeg de sector om voor de langere termijn een agenda te maken. Haar opvolger, Van Engelshoven, nam de *Arbeidsmarktagenda 2017-2023* (Werkgroep arbeidsmarktagenda culturele en creatieve sector 2017) in november 2017 in ontvangst als resultaat van een brede samenwerking binnen de C-sector. Bussemaker vroeg in 2015 ook aan de Sociaal Economische Raad (SER) en de Raad voor Cultuur (RvC) om een analyse te maken van de arbeidsmarkt van deze specifieke sector. Het resultaat was een analyse (Commissie arbeidsmarktverkenning cultuursector 2016) die vervolgens leidde tot een advies aan de culturele sector en de overheid (Raad voor Cultuur et al. 2017), op verzoek van werkgevers en werknemers. Waarop in te zetten, wat te verbeteren, wat kan op eigen kracht, waar is de overheid nodig? Overigens: de economische prestaties in de C-sector werden niet alleen beïnvloed door enerzijds ingebouwde zwaktes van de sector en anderzijds de actuele crisis en bezuinigingen rond 2010, maar ook door de economische ontwikkelingen en overheidsbeleid in meer generieke zin, zoals privatisering, flexibilisering en decentralisatie.¹⁰

De arbeidsmarktanalyse (Commissie arbeidsmarktverkenning cultuursector 2016), het advies *Passie gewaardeerd* (Raad voor Cultuur et al. 2016) en de *Arbeidsmarktagenda* (Werkgroep arbeidsmarktagenda culturele en creatieve sector 2017) focussen op enkele hoofdthema's:

- Het ontbreekt aan een stevige en structurele sociale dialoog, mede doordat de sector meer geneigd lijkt tot versnippering dan tot organisatie en samenwerking.
- De onderhandelingspositie van werkenden is doorgaans zwak. De ambitie van de creatieve professional om zich in zijn werk te tonen is vele malen sterker dan welke financiële prikkel dan ook. Vanuit een versterkte onderhandelingspositie zal de doelgroep echter betere arbeidsvoorwaarden en omstandigheden moeten zien te realiseren. Het is noodzakelijk

nieuwe verdienmodellen te ontwikkelen die traditionele zwakheden op de markt kunnen vermijden of verminderen.

- Permanente professionele ontwikkeling kan werkenden meer uitzicht geven op duurzame inzetbaarheid op de arbeidsmarkt.

Met de oprichting en financiering van een gezamenlijk arbeidsmarktplatform (Platform ACCT)¹¹ werken sector en overheid nu samen aan de uitwerking van de verschillende aanbevelingen. Het Platform heeft ook een Werktuig Permanente Professionele Ontwikkeling (PPO) opgezet. Dat kan zorgen voor een stevige bodem voor de genoemde tompouce. Maar een goed recept alleen is niet voldoende (zoals de kijker van *Heel Holland Bakt* kan vaststellen). Het komt aan op de praktijk, er is weerbarstige materie en het is superdruk in de keuken.

Leven met imperfectie

De titel van het advies *Passie Gewaardeerd* is goed gekozen. De nadruk ligt in het advies op 'Passie', niet alleen als de belangrijkste drijfveer van de professional, maar ook als belemmering om onderhandelingsruimte in te nemen. De prestaties moeten getoond, desnoods tot elke prijs. Het blijft een belangrijke opdracht dit probleem te tackelen, vinden de SER en de Raad voor Cultuur. Strategisch gezien is het verstandig om ervan uit te gaan dat het oplosbaar is, maar dat is het uiteindelijk natuurlijk niet. De imperfectie van de markt blijft. Het gaat om een moeilijke markt; 'de moeilijkste aller markten' stelt kunsteconoom Pim van Klink (Klink 2016, 25). Er is een gecompliceerde verhouding tussen aanbod en vraag. In het totale aanbod maakt de consument niet altijd fijnzinnige keuzes: veel parels blijven in de marge schitteren. Ook een behulpzame overheid die beseft dat aanbod aan de vraag moet voorafgaan kan de markt niet volledig corrigeren.¹² Subsidies helpen om de prijzen betaalbaar te houden van aanbod dat voor een minder breed publiek aantrekkelijk is maar waarvan de culturele en/of maatschappelijke waarde hoog wordt ingeschat. Maar: hoge prijzen kunnen dan wel een belemmering zijn, lage prijzen zijn nog geen garantie voor méér publiek. Het publiek moet het willen. Bovendien is het volume aan



beschikbare subsidies niet toereikend voor alles wat er potentieel voor in aanmerking komt. Voorts is er de concurrentieslag om de aandacht van het publiek dat scherpe keuzes moet maken uit voorstellingen, concerten, exposities, boeken, films en uit producten en diensten van de (niet-gesubsidieerde) creatieve sector.

En dan is er ook nog het grijze gebied tussen professionals en amateurs, in veertig tinten grijs. Spijtig genoeg: ‘grey is here to stay’. Al kort na de Tweede Wereldoorlog probeerde de georganiseerde kunstenaarswereld tot een bescherming van de beroepsgroepen te komen door ballotage en beroepsregistratie of tenminste verplicht lidmaatschap van een beroepsvereniging (Burg et al. 1987). Vergeefs natuurlijk, het idee verhoudt zich moeizaam tot de vrijheid die de beroepsgroep voor de beroepsuitoefening nastreeft. Wel kunnen de culturele professionals binnen een stevig georganiseerd verband minimumvoorwaarden afspreken en deze bij professionele opdracht- en werkgevers afdwingen. Het hoort naar mijn mening tot de ethiek van de sector dat in ieder geval opdrachtgevers in de sector zelf zich daaraan houden, dat zij zich in hun opdrachtverlening ook zoveel mogelijk beperken tot de (georganiseerde) professionals en dat die zich dan ook zelf aan deze regels houden. Onderzoek naar en ontwikkeling van zulke standaarden loopt op dit moment in de verschillende subsectoren (Vinken 2017; Vinken et al. 2021). Dat is de eerste stap. Stap twee is het onderhandelen over en vaststellen van deze afspraken. Daarin wijkt deze sector overigens niet af van andere sectoren: de polder van het overleg kan drassig zijn en vraagt soms vele, kleine en trage passen. Stap drie: aan beide zijden de discipline opbrengen om je, professioneel, aan die gemaakte afspraken te houden.

Professionaliteit als wapen

Professionaliteit is als begrip in de sector diffuus, blijft vaak onderbelicht, maar is een uiterst relevant element in de arbeidsmarkt.¹³ Dat kwaliteit en beroepsmatigheid niet zijn vast te stellen is een veelgehoord misverstand. Er is in Nederland bij adviesraden en fondsen immers sprake van professionele kwaliteitsbeoordeling. Ook beroepsmatigheid kent criteria. De door Kunstenaars&CO¹⁴ uitgevoerde beroepsmatig-

heidstoets in het kader van de Wet werk en inkomensvoorziening kunstenaars liet dit zien. Die criteria zijn nog steeds bruikbaar (Aalst et al. 2002). Het toenmalige Scholingsfonds voor Kunst en Cultuur hanteerde eveneens criteria die niet over artistieke, maar over professionele criteria gingen (Beltman 2010).

Ten slotte, nadat we alles hebben gedaan wat mogelijk is, zullen we moeten vaststellen dat niet iedereen die zich kunstenaar, maker, schrijver of journalist noemt en zelfs niet iedereen die daar een vakopleiding voor heeft gevolgd automatisch een plek krijgt op de (gesubsidieerde) arbeidsmarkt. Juist in deze vaststelling, én acceptatie, zit de aanmoediging om de professionele praktijk zoveel mogelijk te verbeteren.¹⁵

Laten we dus nuchter spreken over het kunstvakonderwijs, dat permanent onder vuur ligt als de (hoofd)veroorzaker van het overaanbod. Ondanks alle inspanningen om de beroepspraktijk meer plek te geven in het curriculum, ondanks de instroombeperkingen die de opleidingen met elkaar en de overheid hebben afgesproken en in weerwil van gunstige cijfers uit de arbeidsmarktmonitor¹⁶ blijft er in de sector soms toch nog een onwelwillende scepsis. Daar is geen reden toe. Ook een tot het uiterste beperkte instroom biedt aan de uitstromers geen garantie op een baan in de C-sector, zeker niet op zo’n wereldwijde open markt. Omgekeerd zouden juist de professionele opleidingen – en een permanente ontwikkeling daarna – ertoe kunnen bijdragen dat professionals op grond van hun kwaliteit en beroepsmatigheid eisen kunnen stellen.

Voor deze tango zijn er meer dan twee nodig

Voor het onderhandelen over de voorwaarden zijn goed georganiseerde partijen nodig. Dit komt duidelijk naar voren in de analyse en het advies van SER en Raad voor Cultuur, evenals in de *Arbeidsmarktagenda*, waar regelmatig gesproken wordt van ‘versnippering’. Mij lijkt het stimulerender om in plaats van uitgebreid bij dit manco stil te staan, te wijzen op positieve samenwerkingstrends. Denk daarbij aan de *Arbeidsmarktagenda* zelf, die het resultaat is van een zeer brede samenwerking in de C-sector, en de ‘taskforce’ van de C-sector als breed

gerespecteerde, commandopost in de coronacrisis. Maar ook aan de gegroeide rol van Kunsten '92 als centrale spil in de politieke lobby en de totstandkoming van de Creatieve Coalitie als een federatie van veel kleine verzamelingen van zelfstandige makers en de rol van de Kunstenbond hierin. De uitdaging is vooral om de goede match te maken tussen eenheid en verscheidenheid. De verschillen zijn zeker groot: tussen commerciële en gesubsidieerde aanbieders, tussen modeontwerpers en zangers, tussen musicalbedrijven en architectenbureaus, tussen de managers met een vaste baan en de creatieven in een zogenoemde flexibele schil, tussen goed verdienende artiesten met een megapubliek en de artistieke eenlingen met een loyale, maar kleine schare fans. Maar rechtvaardigt dat meer dan veertig verschillende cao's¹⁷ en staat het samenwerking in de weg? De sector is te klein om niet eerst de gemeenschappelijke belangen te definiëren en op basis daarvan pas de verschillende variaties op het thema te zingen.¹⁸

De geringe organisatiegraad is voor de werkenden een wezenlijk probleem (Akkermans 2018). Kunstenbond, FNV Media en Cultuur, CNV Vakmensen, CNV Connectief, CNV Overheid en Publieke Diensten, De Unie, NVJ, Alternatief voor Vakbond, FNV Publiek Belang, de Creatieve Coalitie, CMHF en nog enkele andere belangenbehartigers hebben samen vermoedelijk nog geen 10 procent van de naar schatting 410.000 werkenden als lid. Deze situatie is niet uniek voor de C-sector. Over de hele linie zien vakbonden hun ledental in hoog tempo teruglopen, al lijkt er een kentering onder jongeren (Vollebregt 2020). Dit kunnen de bonden niet zelfstandig oplossen. Er moet in de volle breedte nagedacht worden over andere manieren om de representativiteit te organiseren. Bijvoorbeeld door de financiering van het vakbondswerk minder afhankelijk te maken van ledencontributies. Regel in de cao van werkgevers en werknemers een vaste financiële bijdrage voor de belangenbehartiging en vraag hetzelfde aan de subsidiegevers als indirecte werkgever. Aan de kant van de werkenden is het niet reëel hun belangenbehartiging geheel afhankelijk te laten zijn van de georganiseerden, die ook voor de *free riders* betalen. Het belang

van de werkenden raakt ook dat van de werkgevers en is een algemeen economisch en maatschappelijk belang.

De werkgevers in de C-sector zijn, per branche, beter georganiseerd. Er is echter weinig onderling contact tussen de drie koepels van brancheorganisaties – de Federatie Cultuur, de Federatie Creatieve Industrie en de Mediafederatie – en elke koepel zit anders in het spel. De Federatie Creatieve Industrie laat werkgeverszaken zoveel mogelijk aan de brancheorganisaties over en stelt zich louter als lobbyorganisatie op. Sommige van de hierbij aangesloten organisaties zijn beroepsvereniging, vakbond en brancheorganisatie ineen. Zo kunnen ontwerpers zelfstandige zonder personeel zijn, werknemer, of werkgever, bijvoorbeeld als lid van een maatschap. Ze kunnen in de loop van de tijd bovendien van rol wisselen. Dat maakt de belangenbehartiging diffuus. De Federatie Cultuur komt juist voort uit werkgeversbelangen en kent een gezamenlijke werkgroep werkgeverszaken, maar laat qua kracht en samenwerking een wisselend beeld zien. De Mediafederatie behartigt 'het maatschappelijke en economische belang van uitgeverijen en mediabedrijven en draagt het innovatieve karakter van de sector uit.'¹⁹ Naar eigen zeggen is 90 procent van de uitgeefsector hierin vertegenwoordigd.²⁰ Alle cao-gerelateerde activiteiten zijn ondergebracht bij de afzonderlijke Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf (WU).

Elk van de drie federaties kent een minieme eigen organisatie. Hun leden zijn brancheorganisaties die zelf weer leden hebben, een eigen kantoor en verenigingsstructuur. De brancheorganisaties zelf zijn beperkt in hun capaciteit. De directeuren ervan hebben bovendien met hun kleine bureau een veelvoud aan taken: representatie, lobby, voorlichting, vakontwikkeling, beleidsontwikkeling, hrm-zaken, inspelen op wet- en regelgeving, op actualiteiten enzovoort. Zij moeten dienstbaar zijn aan hun leden en het voortouw gunnen aan hun bestuur, maar ook vooruitkijken, richting wijzen en zo nodig voor de troepen uit durven lopen. De directies van instellingen en bedrijven verwachten veel van hun brancheorganisatie, maar zijn vaak niet geïnteresseerd in collectieve werkgevers- of arbeidsmarkt-zaken, zeker



niet op een hoger niveau dan de eigen branche. Dit is – zacht uitgedrukt – een pijnpunt voor wie een hecht bouwwerk wil voor de sociale dialoog. En toch is er een groter belang. Denk maar aan de bovenzijde van de tompouce – de klassieke ‘harde’ economie waar het geld verdiend moet worden – waaraan de sector meer kan bijdragen naarmate ze beter functioneert. Daarom moeten de bewindslieden van Economische Zaken, Sociale Zaken en Werkgelegenheid en Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (die voor een deel van de sector bovendien ‘semiwerkgever’ is), maar bijvoorbeeld ook de besturen van VNO NCW/MKB Nederland en FNV niet bang zijn zich hiermee te bemoeien en van hun kant voorwaarden te stellen aan de kwaliteit van de sociale dialoog in de C-sector. Je mag aannemen dat ze daar dan ook zelf hun bijdrage aan willen leveren.²¹ Concreet draagt de bewindspersoon van OCW nu substantieel bij door arbeidsmarktprojecten – met name die onder auspiciën van Platform ACCT en het professionaliseringsinstrument Werktuig PPO – financieel mogelijk te maken. Maar ook zou de huidige staatssecretaris het tripartiete overleg (subsidiegever-werkgevers-werkenden) weer stevig gestalte moeten geven. Subsidievoorwaarden zijn daarnaast een goed instrument voor verbetering van fair practice en ter eerbiediging van de codes. Overigens met twee risico’s: ‘afvinklijstjes’ bij instellingen en adviesorganen of gebureaucratiseerde hantering van de spelregels.

Overheden moeten het voorbeeld geven: het subsidievolume aanpassen aan fair practice en volgens de norm betalen als ze opdrachtgever zijn

Tijd voor faire en nieuwe verdienmodellen in de C-sector

De sociale dialoog is natuurlijk met name gericht op een zo rechtvaardig mogelijke verdeling van de opbrengsten uit activiteiten. Ongeveer gelijktijdig met de *Arbeidsmarktagenda* kwam er vanuit de C-sector een Fair Practice Code tot stand (Werkgroep Fair Practice Code 2019). Deze geeft een normerend kader voor een faire praktijk. Overheden hebben zich hier al achter geschaard, en willen de code zelfs verplichten aan hun gesubsidieerde instellingen (Engelshoven 2020; Gemeente Groningen 2020; Gemeente Rotterdam 2020). Maar zelf schieten zij, in hun rol als indirect werkgever, nog vaak tekort en houden ze zich niet aan het motto ‘Put your money where your mouth is.’ Ze moeten juist het voorbeeld geven: het subsidievolume aanpassen aan fair practice en volgens de norm betalen als ze zelf opdrachtgever zijn. Instellingen kunnen weliswaar binnen het gegeven subsidievolume hun activiteiten terugbrengen om daarmee budget te winnen voor loonkosten, maar minder activiteiten betekent doorgaans minder kassaopbrengst. Buiten de gesubsidieerde sector is het sowieso niet mogelijk om de code te verplichten. En in de meeste gevallen, gesubsidieerd of commercieel, stuit je al vrij snel op bedrijfseconomische grenzen, op de per definitie beperkte productiviteitsgroei, op geringe prijselasticiteit en daarmee op de grenzen van de betaalbaarheid van fair gedrag. Dat roept vragen op. Kunnen economen tot andere bedrijfseconomische diagnoses en nieuwe remedies komen? Zijn er nieuwe verdienmodellen denkbaar?

Hoe groot is de bereidheid bij burgers en overheid om collectief bij te dragen aan collectief goed? Dat valt immers zeker te verdedigen, alleen al vanwege de autonome culturele/maatschappelijke waarde, maar zeker als dat collectief goed de harde bovenlaag (‘de economie’) in stand helpt houden en vernieuwen.

Al in een vroeg stadium concludeerden de opstellers van de *Arbeidsmarktagenda* dat het niet alleen gaat om het eerlijk verdelen van wat beschikbaar is, maar ook om het vergroten van de taart. Dus zijn er ook projecten geagendeerd onder de titel ‘vergroten van het verdienvermogen’. Hier valt onder meer te denken ↓

aan de exploitatie van intellectueel eigendom. Dat gaat van klassieke auteursrechten van schrijvers en componisten, via volgrecht voor beeldend kunstenaars en uitvoeringsrechten voor musici tot betaling van alles wat op internet terecht komt. Een ingewikkelde en internationale aangelegenheid, de kwestie van het intellectueel eigendom, met een ongelofelijke hoeveelheid belanghebbenden en organisatoren,²² maar perspectiefvol als het om nieuwe, bij voorkeur rechtvaardige inkomensmodellen gaat.

Nieuwe patronen voor mecenaat kunnen ook aanjager zijn voor nieuwe verdienmodellen (Brouwers et al. 2020). Het gaat hier om alle vormen van individuele particuliere bijdragen, dus niet alleen donaties, maar ook van crowdfunding tot en met aandelen in (mogelijk lucratieve) creatieve bedrijfjes. Bovendien snijdt het mes aan twee kanten (Steenbergen 2008). De geldverstrekker heeft materieel of immaterieel voordeel van zijn bijdrage en de ontvanger heeft niet alleen de materiële opbrengst, maar als het goed is ook blijvende sympathie en aandacht van de geldgever. Het podium wordt iets gezamenlijks.

De arbeidsmarkt van de C-sector zou er veel sterker voor staan als opdrachtgeverschap vanzelfsprekender was. Optredens organiseren bij particuliere feestjes, opdrachten verstrekken voor grafische of ruimtelijke vormgeving, sieraden laten ontwerpen, portretten laten schilderen, het lijkt slechts weggelegd voor mensen met (nieuw) geld. Dat zou niet zo moeten zijn: het is voor de consument een kwestie van keuzes maken en prioriteiten stellen, van gewoonten en cultuur. Er wordt wel beweerd dat juist het positieve subsidieklimaat in Nederland een rem heeft gezet op particulier geven en particulier opdrachtgeverschap (Klink 2016). Maar het kan ook andersom zijn: dat subsidiebeleid is aangewakkerd door de geringe vanzelfsprekendheid van mecenaat. Wel zou je overheden kunnen verwijten dat ze hun voorbeeldrol als opdrachtgever niet hebben versterkt en verdiept, bijvoorbeeld door matchingsregelingen voor derden. Percentageregelingen bij bouwopdrachten of inzet van kunstenaars bij manifestaties, feesten en representatie stuiten niet alleen op krimpende budgetten, maar ook op de vrees voor populistische opstand tegen wat sommigen als luxe op

kosten van de belastingbetaler beschouwen. Al in 1978 pleitte het Instituut voor Onderzoek naar Overheidsuitgaven (IOO) voor een versterking van juist deze kant van het kunstbeleid, zoals het verstrekken van opdrachten, het doen van aankopen, het verbreden van beroepsmogelijkheden en het scheppen van financiële faciliteiten (Gerritse 1978).

Werk aan de winkel

‘Het bbp meet alles, behalve wat het leven de moeite waard maakt’ zei Robert Kennedy in een toespraak tot economen in 1968.²³ In het economische tompoucemodel ligt de nadruk juist op het minder meetbare. Het is de materie tussen de twee buitenlagen die volume en smaak aan de samenleving geeft, die de bovenlaag draagt, voedt en vormt. Nogmaals, het gaat hier natuurlijk niet alleen over de C-sector. Onderwijs, wetenschap en zorg horen er ook bij.

Naar de impact vanuit de C-sector is overigens nog veel meer onderzoek gewenst. Vooral voor economen is hier werk aan de winkel. De betekenis van cultuur als ‘merit good’ is niet onomstreden. Tegenover positieve beweringen van bijvoorbeeld Jan Pen of Arjo Klamer staan kritische kanttekeningen, bijvoorbeeld van Pim van Klink.²⁴ De kansen en bedreigingen voor werknemers en zelfstandigen in de C-sector komen langzamerhand beter in beeld in economisch onderzoek.²⁵ Dat kan nog beter. Ook de bedrijfseconomische doorlichting van specifieke C-bedrijven kan helpen.

Er zijn verschillende manieren om de tompouce te nuttigen. Bijvoorbeeld door hem te ‘demonteren’ en laag voor laag te eten. Mijn voorstel is om hem in zijn geheel te nemen. Praat niet over de bijdragen die de C-sector aan de economische vooruitgang (én de economische verschuiving) kan leveren zonder meteen de daarvoor noodzakelijk bodem aan de orde te stellen. Focus niet op de tekortkomingen van de sectorale arbeidsmarkt – en maak er vooral geen zielig verhaal van – zonder te benadrukken welke geweldige bijdragen een gezonde C-sector aan de samenleving kan leveren. Sta stil bij de inhoud, de smakelijkheid, de voedzaamheid, de kleur, de waarde, kortom: bij de essentie die het bbp niet kan vangen. Dan is er dus op drie fronten werk aan de winkel: 

- Zorgen voor een solide economische basis; dus uitvoering geven aan de agenda-punten van de *Arbeidsmarktagenda* in combinatie met een actieve rol in het publieke debat over (generiek) nieuw sociaaleconomisch beleid
- Ontwikkelen van nieuwe inhoud; denk aan het permanent vernieuwen van inhoudelijk aanbod, restauratie en make-overs, werken aan cross-overs, werken in opdracht, nieuw aanbod voor nieuwe vraag, bijvoorbeeld in de gezondheidszorg (Napier 2017; Engen et al. 2021; Campen et al. 2017).²⁶
- Reageren op sociale en economische uitdagingen die bijvoorbeeld samenhangen met de klimaatcrisis, sociale ongelijkheid, diversiteit, innovatie of marktverruiming. Dat versterkt de maatschappelijke ‘positionering’ van en waardering voor de C-sector.

‘Heus, het heil is nog nooit

Gekomen van de economen.

Het plezier, dat de mensen hebben

In het leven, dat is de cultuur’

(J.J. Klant geciteerd in Langenberg 1999, 11)²⁷

Voor onderzoekers in de economische wetenschap en van de arbeidsmarkt ligt hier relevant werk te wachten. (‘Hier ligt een mooie taak’ is een andere vaste uitdrukking van Ollie B. Bommel, de antiheld in de Tom Poesstrips.) Welke bedrijfseconomische, macro-economische en arbeidsmarkteconomische inzichten kunnen bijdragen aan een optimale werking van het tompoucemodel? Ik geef toe: sommige economen zijn zeer sceptisch over hun eigen vakgebied. Zo bijvoorbeeld ook Raworth, die zich afzet tegen de manier waarop oereconoom Samuelson met zijn kringloopmodel het beeld van de economie heeft geframed. Misschien is het nostalgie, omdat ik tijdens mijn studie politieke wetenschappen ook vele weken met Samuelsons *Economics* en zijn modellen heb doorgebracht, maar ik houd mijn positieve verwachtingen van economen. Het lijken me mensen die van tompouce houden. •

Credits

Bestuur en directeur van Platform ACCT ben ik erkentelijk voor de inhoudelijke en kritische bespreking van het tompoucemodel tijdens een heisessie in Rotterdam, september 2021. De redactie van *Boekman* en directeur Jan Jaap Knol bedank ik voor de reacties en suggesties naar aanleiding van de eerste versie van dit artikel, evenals Berend Jan Langenberg en Paul Rutten, die op de eerste versie waardevol commentaar leverden. Ontwerper Kumi Hiroi bracht het tompoucemodel in beeld.

Literatuur

- Aalst, M. van der en T. IJdens (2002) *De evaluatie van de Wet inkomensvoorziening kunstenaars (WIK): onderzoek verricht in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid door Research voor beleid en het Erasmus Centrum voor Kunst- en Cultuurwetenschappen*. Den Haag: ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.
- Akkermans, E. (2018) *‘De hand aan de ploeg: ultrakorte geschiedenis van werk, markt en inkomen in de culturele en creatieve sector’*. In: *Boekman*, jrg. 30, nr. 117, 4-9.
- Ansink, J. (2018) *‘Het hele economische systeem moet op de schop’*. Op: www.managementboek.nl, 26 februari.
- Beltman, M. (2010) *1995-2010: over kennis en kunst*. S.l.: Scholingsfonds voor kunst en cultuur.
- Benlabib, R. (et al.) (red.) (2020) *Prijs n.o.t.k.: znp'ers in de cultuursector*. Amsterdam: Kunsten '92.
- Blank, J. (et al.) (2010) *Is de ziekte van Baumol te behandelen? Een verkennend onderzoek naar de mogelijkheden om de productiviteit in de publieke sector te vergroten*. Delft: Technische Universiteit Delft, IPSE Studies.
- Brouwer, L. (et al.) (2020) *Leve het geven: een onderzoek naar particulier geven aan creatieve professionals*. Amsterdam: Platform ACCT.
- Burg, F. van den en J. Kassies (1987) *Kunstenaars van Nederland! Om eenheid en zeggenschap: het ontstaan van de Federatie van Kunstenaarsverenigingen en de Raad voor de kunst 1942-1950*. Amsterdam: Boekmansichting (etc.).
- Bussemaker, J. (2016) *Beleidsreactie verkenning arbeidsmarkt cultuur en advies versterking arbeidsmarktpositie kunstenaars*. Tweede Kamer 29544/32820, nr. 721.
- Campen, C. van (et al.) (2017) *Kunst en positieve gezondheid: een overzichtsstudie van culturele interventies met mensen die langdurig zorg en ondersteuning ontvangen*. Zwolle: Hogeschool Windesheim.
- CBS (2017) *Monitor kunstenaars en afgestudeerden aan creatieve opleidingen 2017*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Commissie arbeidsmarktverkenning cultuursector (2016) *Verkenning arbeidsmarkt cultuursector*. Den Haag: Raad voor Cultuur en Sociaal-Economische Raad.
- Engen, L., A. Bax en I. Doctor (2021) *Kunst werkt in de zorg*. S.l.: Werkgroep Kunst is gezond!
- Felber, Chr. (2017) *Ware winst gemene-goed-economie als wegwijzer*. Utrecht: Jan van Arkel.
- Gemeente Groningen (2020) *Cultuurnota 2021-2024: kunst en cultuur voor iedereen*. Groningen: Gemeente Groningen.
- Gemeente Rotterdam (2020) *Factsheet cultuurplan 2021-2024*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam.
- Gerritse, R. (1978) *Geld(t) voor kunstenaars: een inventariserend onderzoek van overheidsmaatregelen die van invloed zijn op de sociaal-economische positie van schepende Kunstenaars*. Den Haag: Staatsuitgeverij.
- Gielen, P. (et al.) (2014) *De waarde van cultuur*. Brussel: Socius.
- Gielen, P. en N. Dockx (2018) *Commonism: a new aesthetics of the real*. Amsterdam: Valiz.
- Hermans, I. en R. Vanderbeekend (red.) (2020) *Vlaanderen excelleert!? Berchem: EPO*.
- Hoogen, B. van den (2021) *‘Waarom we niet moeten denken in termen van wat cultuur oplevert: “Bij een kind denk je ook niet aan wat hij later gaat verdienen”’*. In: *Algemeen Dagblad*, 2 november.
- Hoogen, Q.L. van den (2010) *Performing arts and the city: Dutch municipal cultural policy in the Brave New World of evidence-based policy*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen (proefschrift).
- IJdens, Th. (1999) *Schots en scheef: artistiek werk tussen markt en organisatie*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam (proefschrift).
- Klink, P. van (2005) *Kunst economie in nieuw perspectief: rijkskunstbeleid beoordeeld*. Groningen: K's concern.
- Klink, P. van (2016) *De bijzondere economie van het kunstenaarschap: wat iedere kunstenaar moet weten!* Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kooiman, D.A. (1981) *Alles moet anders: op weg naar een rechtvaardig en doelmatig kunst en kunstenaarsbeleid*. Amsterdam: Voorjaar.
- Lahaut, D. (2018) *Culturele vacatures onderzocht: voor een dubbeltje op de eerste rang: arbeidsmarkt van de culturele sector*. Amsterdam: Bureau Lahaut.
- Langenberg, B.J. (1999) *Collectief arbeidsvoorwaardenoverleg in de culturele sector: het ontstaan van een institutie*. Amsterdam: Boekmansstudies.
- Langenberg, B.J. (2001) *‘Twee sporen: recente ontwikkelingen in arbeidsrelaties in de culturele sector’*. In: *Boekman-cahier*, jrg. 13, nr. 47, 67-76.

- Marlet, G. en N. van den Berg (2010) *Muziek in de stad: het belang van podiumkunsten, musea, festivals en erfgoed voor de stad*. Nijmegen: VOC uitgevers.
- Marlet, G., R. Ponds en C. van Woerkens (2013) *Cultuurkaart Leeuwarden: de culturele positie en het effect daarvan op de aantrekkingskracht van de stad*. Utrecht: Atlas Research.
- Napier, A.D. (2017) *Culture matters: using a cultural contexts of health approach to enhance policy-making*. Copenhagen: World Health Organization, Regional Office for Europe.
- Nuchelmans, A. (hoofdred.) (2021) *Boekman 127: Cultuur en duurzaamheid*. Amsterdam: Boekmanstichting.
- Postma, J. (2016) *Nederlandse componisten over hun arbeidsmarktpositie*. Utrecht: Universiteit Utrecht (masterthesis).
- Raad voor Cultuur en SER (2017) *Passie-gewaardeerd: versterking van de arbeidsmarkt in de culturele en creatieve sector*. Den Haag: Raad voor Cultuur, Sociaal-Economische Raad.
- Rasterhoff, C. en B. Schrijen (2020) 'Hoe precair is het werk in de culturele sector: in gesprek met kunst- en cultuurfilosoof Thijs Lijster'. Op: www.boekman.nl, 27 mei.
- Raworth, K. (2017) *Doughnut economics: seven ways to think like a 21st century economist*. New York: Random House.
- Rutten, P., O. Kooops en F. Visser (2019) *Monitor Creatieve Industrie 2019: Nederland, top-10 steden, creatieve bedrijven en beroepen*. Hilversum: Stichting Media Perspectives.
- Rutten, P., W. Manshanden en F. Visser (2022) *Monitor creatieve industrie 2021: Nederland, top-10 steden, gevolgen van COVID-19*. Hilversum: Stichting Media Perspectives.
- Schrijen, B. (2019) 'De economische waarde van cultuur en media in cijfers'. Op: www.boekman.nl, 23 juli.
- SER (2020) *Hoe werkt de platform-economie?* Den Haag: Sociaal-Economische Raad.
- Steenbergen, R. (2008) *De nieuwe mecenas: cultuur en de terugkeer van het particuliere geld*. Amsterdam: Business Contact.
- Verboom, M. (2015) *Wending: transitie in werk en arbeidsmarkt*. Amsterdam: Federatie Cultuur.
- Vereniging hogescholen (2021) *Factsheet HBO-Monitor 2020: de arbeidsmarktpositie van afgestudeerden van het hbo*. Den Haag: Vereniging Hogescholen.
- Vinken, H. (2017) *Startnotitie harmonisatie inkomensonderzoeken in de culturele sector*. Tilburg: HTH-Research.
- Vinken, H. en L. Wolters (2021) *Betere arbeidsvoorwaarden en werkomstandigheden in de culturele en creatieve sector: een voorstel voor vervolgstappen 2021-2024*. Tilburg: HTH-Research.
- Vollebregt, B. (2020) 'Vakbonden krijgen er door de coronacrisis nieuwe leden bij, en die zijn vaak jong'. In: *Trouw*, 8 mei.
- Vranken, J. (1987) 'Nut en noodzaak van samenwerking tussen kunst en toerisme'. In: *Boekman*, jrg. 23, nr. 87, 49-55.
- Werkgroep arbeidsmarktagenda culturele en creatieve sector (2017) *Arbeidsmarktagenda culturele en creatieve sector 2017-2023*. Amsterdam: Kunsten '92.
- Wijn, C. (2014) *De culturele stad: een handboek voor beleidsmakers en zij die het willen worden*. Nijmegen: VOC uitgevers.
- Wijn, C. (2018) *De essentie van cultuurbeleid en -management: snel inzicht in de invloedrijkste publicaties en de belangrijkste ideeën*. Nijmegen: VOC uitgevers.
- 15 Zie bijvoorbeeld Verboom 2015, 36.
- 16 Zie Kunstenmonitor op www.HBOmonitor.nl; laatste editie HBO Monitor 2020; CBS Monitor Kunstenaars en Afgestudeerden aan Creatieve Opleidingen, 2017 (overigens per deelsector lopen de cijfers uiteen).
- 17 www.digipacct.nl/cao-kaart-voor-de-culturele-en-creatieve-sector
- 18 Misschien is die ruimte voor variaties ook blijvend noodzakelijk. Zie ook Langenberg 2001.
- 19 Website Mediafederatie: www.mediafederatie.nl
- 20 www.mediafederatie.nl
- 21 Zie ook Langenberg 1999.
- 22 Zie www.auteursrecht.nl de website van de Federatie Auteursrechtbelangen.
- 23 In een toespraak tot de universiteit van Kansas. Geciteerd in 'Gratis langs de Meetlat' op www.perca.nl/wiki/index.php/Gratis_langs_de_meetlat, zelf een mooi staaltje 'commons' economie, teksten auteursrechtelijk genoteerd in @creativecommons.
- 24 Zie Klink 2005 of Hoogen 2010.
- 25 Bijvoorbeeld: Benlahbib et al. 2020; Lahaut 2018; Rasterhoff et al. 2020; Postma 2016.
- 26 Zie ook: [ZonMW Ontwikkelagenda Kunst en Cultuur in de Langdurige Zorg](http://ZonMW.Ontwikkelagenda.Kunst.en.Cultuur.in.de.Langdurige.Zorg) (www.zonmw.nl/nl/actueel/nieuws/detail/item/ontwikkelagenda-kunst-en-cultuur-in-de-langdurige-zorg-en-ondersteuning; www.zonmw.nl/nl/onderzoek-resultaten/ouderen/kunst-en-cultuur/; www.lkca.nl/cultuurengesondheid)
- 27 Zie ook Hoogen 2021.

Noten

- 1 De benaming 'Keynes van de 21e eeuw' is van *The Guardian* en siert de omslag van de editie van 12 april 2017.
- 2 www.unorg/sdg
- 3 Zie bijvoorbeeld Schrijen 2019.
- 4 Zie bijvoorbeeld Vranken 1987; CBS/NRIT, *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd: Monitor creatieve industrie*, Rutten et al. 2019; Rutten et al. 2022; Marlet et al. 2010; Marlet et al. 2013; Wijn 2014; 2018; Veen 2020; CBS, *Werkgelegenheidsstructuur 2019*.
- 5 Om niet steeds over 'kunst en cultuur', 'cultuur en media', 'culturele sector en creatieve industrie' en andere tandems te hoeven spreken met alle onderscheid, overlap en verwarring van dien spreek ik vanaf nu over: 'de C-sector'.
- 6 De econoom William Baumol formuleerde (samen met William Bowen) in de jaren 60 het verschijnsel 'cost disease'. Zie bijvoorbeeld Blank et al. 2010.
- 7 Zie bijvoorbeeld Gielen et al. 2018.
- 8 Zie bijvoorbeeld 'IDOLS, Programma en Projecten', FCI, ClickF1, OCW, 2020; IDOLS staat voor 'Increasing Demand by Offering Learnings'.
- 9 Zie bijvoorbeeld Nuchelmans 2021.
- 10 Illustratieve informatie over dergelijke ontwikkelingen in België in Hermans et al. 2020.
- 11 www.platformacct.nl
- 12 En zou dat zelfs niet moeten willen, is de boude stelling van Van Klink (Klink 2016, 27).
- 13 Zie bijvoorbeeld IJdens 1999.
- 14 Kunstenaars&CO: opvolger van het Voorzieningsfonds voor Kunstenaars (1936) en voorloper van de huidige steunfunctie instelling Cultuur-Ondernemen verzorgde de landelijke beroepsmatigheidstoets voor de gemeentelijke uitvoering van de WIK c.q. WWIK.



Erik Akkermans werkt in de cultuursector als adviseur, publicist en bestuurder en startte zijn loopbaan als directeur van de Federatie van Kunstenaarsverenigingen.

Berend Jan Langenberg

Wat te doen met de arbeidsmarkt in de culturele sector?

Erik Akkermans behoort tot de lovenswaardige enkelingen in ons land die zich voor langere tijd hebben ingezet voor de verbetering van de sociaal-economische positie van werkenden in de kunst- en cultuursector. In die zin is hij een goede leerling van ons aller voorbeeld Jan Kassies, die daar in vele rollen en stimulerende geschriften in de tweede helft van de vorige eeuw vorm aan gaf (Burg et al. 1996). Akkermans klus met de Arbeidsmarktagenda typeert die inzet.

Een reflectie op dat werk in een artikel is enorm nuttig. Een aantal aspecten valt mij op.

De economische wetenschappen

Hij vraagt zich af of de economische wetenschappen een steun in de rug kunnen bieden aan een grotere aandacht voor de culturele sector. Dat heeft mij verrast.

Economen hebben geen erg positief imago in de kunstwereld, enkele uitzonderingen daargelaten. Te vaak zijn zij als de spreekwoordelijke olifant door de culturele porseleinkast gedenderd. Mijn hele loopbaan heb ik misverstanden tussen de economische wetenschappen en de kunstwereld moeten ophelderen. Alleen al het woord ‘economie’ of de woorden van een ‘econoom’ wekten argwaan in de kunstwereld. Zou dat voorbij zijn?

Het is waar dat arbeidseconomie een van de meer bekende ‘hoofdstukken’ van de economische wetenschappen is: ‘labour economics’, ook weleens omschreven als ‘the economics of work and pay’.

De kunstwereld kan met die arbeidseconomie enorm zijn voordeel doen. Het verhelderende rapport van de Raad voor Cultuur en de SER over de arbeidsmarkt in de culturele sector uit 2016 is daar een goed voorbeeld van (Commissie Arbeidsmarktverkenning Cultuursector 2016). Maar juist als econoom, die opheldering probeert te brengen in de vaak verkeerd begrepen woorden van economen, worstel ik enorm met het begrip ‘tompouceconomie’. De dichotomie ‘hard’ versus ‘zacht’, die in het beeld van de tompouce wordt benadrukt, is namelijk een enorme valkuil. Ik heb me altijd tegen die dichotomie verzet. De cultuur is niks ‘zacht’, noch is de haven van Rotterdam (als metafoor voor de ‘echte economie’) ‘hard’.

Daarom begrijp ik ook Raworth niet. Juist háár niet – in ieder geval niet zoals Akkermans haar citeert. Hoezo ‘tijdens colleges spraken we nooit over het doel van de economie’? Raworth is bekend geworden als vertegenwoordigster van de zogenaamde ‘ecological economists’, die een pleidooi houden voor het meenemen van doelen als duurzaamheid en sociale waarden. Dat is echt al decennia opgenomen in het economisch onderwijs. Ik denk dat het meer een retorische constructie is, want zij beweert juist het tegenovergestelde. Daarom spreekt zij Akkermans, terecht, zo aan.

Elke inleiding in de economische wetenschappen begint – als het goed is – met het instrumentele karakter van het economische gedrag en dus ook van die economische wetenschappen. Het uiteindelijke doel van het menselijk handelen, zoals de econoom die bestudeert, is ‘a good life’ (Skidelsky 2009, Skidelsky et al. 2012). Dat uitgangspunt (op zoek naar het betere) is wezenlijk voor ons vak. Dat zal Raworth ook in haar colleges hebben besproken. En dat ‘good life’ is naast ecologisch en sociaal ook cultureel gedefinieerd. Cultuur staat niet voor of achter het menselijk handelen dat de economische wetenschappen bestuderen, het zit erin.

Iets anders is dat economen vaak onthand zijn omdat ze het moeten doen met beperkte data. We onderscheiden daartoe onder andere de formele economie (dat wat geteld wordt; in ons land door het CBS) en de informele economie (dat wat vooralsnog buiten de statistiek blijft).

Het bruto binnenlands product (bbp) bijvoorbeeld is maar een hulpeloze set van definities om een vergelijking tussen landen mogelijk te maken. Het is hoogstens een graadmeter voor de stand van de welvaart/het welzijn. Verre van ideaal, maar voorlopig hebben we geen betere.

Wel wordt hard gewerkt aan verbeteringen ervan, zoals het in de definitie brengen van (de stand van) duurzaamheid of klimaat. Economen als Raworth – en in ons land al jaren geleden Tinbergen en Roefie Huetting – werk(t)en daaraan.

De arbeidsmarkt in de culturele sector

Vanaf paragraaf 3 behandelt Akkermans de kern van zijn verhaal: de arbeidsmarkt in de culturele sector, en die ligt mij na aan het hart.

Bij mijn afscheid van de Erasmus Universiteit Rotterdam in 2012 zag ik een stilstand in het onderzoek naar de arbeidsmarkt in de culturele sector als gevolg van de abominabele ingreep in de sector door Rutte I (Langenberg 2012). Het arbeidsvoorwaardenoverleg was lamgeslagen omdat de sector was lamgeslagen. Het verbeteren van arbeidsvoorwaarden in de culturele sector (voorheen de motor achter veel arbeidsmarktonderzoek) was even helemaal niet meer aan de orde.



Ik hoopte, schreef ik toen, dat die stilstand gebruikt zou worden voor het verbeteren van het statistisch materiaal. En zo geschiedde (CBS 2011, 2014 en 2017). Maar er is daarnaast nog veel meer gebeurd. Vooral gestimuleerd door het werk aan de Arbeidsmarktagenda ontwaakte de sector langzaam uit zijn knock-out. De twee rapporten van de SER en Raad voor Cultuur zorgden voor bewustwording bij de ambtenarij in Den Haag (Commissie Arbeidsmarktverkenning Cultuursector 2016 en Raad voor Cultuur et al. 2017). Die kwam erachter, dat a) de arbeidsvoorwaarden in de culturele sector aantoonbaar beneden de maat zijn, en b) dat er op statistisch gebied nog veel te verbeteren valt. Ook buiten de sector hadden de rapporten de nodige impact, en dat was pure winst.

De constatering dat er op statistisch gebied nog veel moest gebeuren, was minstens zo belangrijk. Akkermans verwijst terecht naar de eerste satellietrekening Cultuur en Media (CBS 2019). Het maakt het mogelijk de culturele sector met andere sectoren te vergelijken, en met het buitenland.

De meest effectieve strategie is de politiek/overheid zo ver zien te krijgen om de sector te belonen voor verbetering van de arbeidsvoorwaarden

Leven met imperfectie

Het valt mij daarnaast aan Akkermans verhaal op dat hij vrij snel van positief (de wetenschappelijke waarnemingen) naar normatief (wat moet) overstapt. Dit heeft natuurlijk vooral te maken met de zoektocht naar verbetering.

Maar om erachter te komen waar verbetering mogelijk is (hij noemt terecht de sociale dialoog, de onderhandelingsposities en de professionalisering) en waar het vruchteloos is, is het zinnig eerst wat langer stil te staan bij het positieve in bovengenoemde betekenis. Daarom vind ik Akkermans 'leven met imperfectie' ook zo mooi. Dat heeft hij goed gezien.

De objectief waarneembare bijzondere kenmerken van de arbeidsmarkt in de culturele sector (zoals het grote aandeel zelfstandigen) en de achterliggende theoretische verklaringen (zoals de zogenaamde 'work preference'-theorie van Throsby) maken bijna per definitie de arbeidsmarkt in de culturele sector 'moeilijk te organiseren'. Oftewel: een zwakke onderhandelingspositie van werkenden, een verdeeldheid van werkgevers en een krakkemikkige sociale dialoog. Eerder heb ik zelf proberen te achterhalen waarom er in weerwil van die moeilijk te organiseren markt in de culturele sector in ons land toch cao's zijn gekomen. Het antwoord was uiteindelijk vrij eenvoudig: door de belonende invloed van de overheid (Langenberg 1999).

Als we dan de stap naar het normatieve maken heb ik daarom minder verwachtingen van de ethiek van de sector (met name niet van de werkgevers/opdrachtgevers). Maar des te meer liggen mijn verwachtingen bij een belonende rol van de rijksoverheid. De meest effectieve strategie is in mijn ogen de politiek/de overheid zo ver zien te krijgen om de sector te belonen voor verbetering van de arbeidsvoorwaarden (niet alleen van werknemers, maar ook van zzp'ers). Alleen extra geld voor partijen die betere arbeidsvoorwaarden, dus meer geld, vastleggen in afspraken (cao's of andere regelingen). De betere sociale dialoog wordt dan een noodzakelijke voorwaarde; die werkgevers/opdrachtgevers komen dan vanzelf wel aan tafel. Nu er 170 miljoen euro extra op jaarbasis is vastgelegd voor de cultuur moet een deel daarvan zo gauw mogelijk voor de arbeids-



voorwaarden (inclusief die van de zelfstandigen) worden geclaimd.

Mijn vrees was dat de sector met al haar inspanningen voor de Arbeidsmarktagenda respectievelijk de Fair Practice Code zich door de overheid liet afschepen onder het mom ‘dat de sector het eerst onderling moest regelen’. Dat trucje is door de politiek in de geschiedenis meermalen ingezet. De belangrijkste oplossing zit dan ook in wat Akkermans ‘het vergroten van de taart’ noemt. Daarmee kunnen de hoognodige nieuwe afspraken beloofd worden. Die 170 miljoen euro extra biedt daartoe eindelijk mogelijkheden.

Met de uitsmijter ‘werk aan de winkel’ ben ik het daarom hartgrondig eens. Akkermans suggereert alleen dat het van de onderzoekers moet komen. Hij noemt zelfs specifiek economen. Dat is mooi voor de werkgelegenheid van mijn vakbroeders. Maar het meeste werk moet wat mij betreft komen van het slimme spel tussen de sector en politiek/ambtenaren. De sleutel ligt bij een belonende overheid. •

Literatuur

- Akkermans, E. (eindred.) (2017) *Arbeidsmarktagenda culturele en creatieve sector 2017-2023*. Amsterdam: Kunsten '92.
- Burg, F. van den en H. van Dulken (1996) *Jan Kassies 1920-1995: tussen politiek en cultuur*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- CBS (2011) *Kunstenaars in breder perspectief: kunstenaars, kunstopleiding en arbeidsmarkt*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2014) *Monitor kunstenaars en afgestudeerden aan creatieve opleidingen*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2017) *Monitor kunstenaars en afgestudeerden aan creatieve opleidingen 2017*. Den Haag/Heerlen/Bonaire: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Commissie Arbeidsmarktverkenning Cultuursector (2016) *Verkenning arbeidsmarkt cultuursector*. Den Haag: Raad voor Cultuur en Sociaal-Economische Raad.
- Langenberg, B.J. (1999) *Collectief arbeidsvoorwaardenoverleg in de culturele sector; het ontstaan van een institutie*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Langenberg, B.J. (2012) ‘De glibberige wegen tussen onderzoek en praktijk’. In: *Boekman*, jrg. 24, nr. 91, 70-78.
- Raad voor Cultuur en SER (2017) *Passie gewaardeerd: versterking van de arbeidsmarkt in de culturele en creatieve sector*. Den Haag: Raad voor Cultuur, Sociaal-Economische Raad.
- Skidelsky, R. (2009) *Keynes: the return of the master*. Londen: Allan Lane.
- Skidelsky, R. en E. Skidelsky (2012) *How much is enough? Money and the good life*. Londen: Allan Lane.

Noot

- 1 Akkermans was voorzitter van werkgroep Arbeidsmarktagenda Culturele en Creatieve sector 2017-2023 ingesteld door Kunsten '92 (Akkermans 2017).



Berend Jan Langenberg is econoom en doet onderzoek en adviseert zelfstandig op het gebied van de arbeidsmarkt in de culturele sector, in het bijzonder het arbeidsvoorwaardenoverleg. Hij was tot 2012 werkzaam op de Erasmus Universiteit Rotterdam

Barbara Baarsma

Een appelbol in plaats van een tompouce

Laat ik beginnen met de laatste zin van het artikel van Erik Akkermans: '[....] maar ik houd mijn positieve verwachtingen van economen. Het lijken me mensen die van tompouce houden.' Nu weet ik niet waar Akkermans dit op baseert, en denk ik zelf dat economen wat hun voorkeur voor tompouces betreft vrij gemiddeld zijn, maar toevallig ben ik een econoom die inderdaad van tompouces houdt. Lekkerbekkend las ik dan ook het artikel. Niet alleen kreeg ik zin in een tompouce, ook het conceptuele model met cultuur als verbindende roomlaag tussen de arbeidsmarkt voor creatief talent als stevige bodem en de financiële wereld van investeringen, handel en winst als harde bovenlaag, smaakte naar meer. Het denkkader bevestigt dat kunst en cultuur niet alleen een zachte, creatieve kant heeft, maar evenzeer een harde, economische bijdrage levert.

Liever een tompouce dan een donut

Laten we die harde bovenkant eens nader beschouwen, al is het maar omdat er zo'n lekker zoet roze laagje op zit. Terecht stelt Akkermans dat economische groei noodzakelijk is. Daarom serveert hij tompouces in plaats van de donuts van Kate Raworth. Los van het feit dat ik donuts niet lekker vind, is het anti-groeiverhaal van de donuteconomie niet houdbaar. Ten eerste omdat het niet aansluit bij wat mensen gemiddeld genomen gelukkig maakt. Economische groei is ook het gevolg van menselijke driften en behoeften. Gemiddeld genomen willen mensen er elk jaar iets op vooruitgaan ('preference drift') en het liefst iets meer dan hun *peers* ('reference drift'). Ten tweede is het antigroeiverhaal niet toekomstbestendig: als we willen dat onze kinderen en kleinkinderen kunnen leven op hetzelfde welzijnsniveau als wij, dan hebben we een voor inflatie gecorrigeerde economische groei van een paar procent per jaar nodig. Waarom? Onder andere om de kosten van de vergrijzing op te vangen en de herverdeling van rijk naar arm te kunnen betalen. Economische groei is ook nodig voor zaken als kunst en cultuur, onderwijs, zorg en rechtspraak, die we uit collectieve middelen betalen.

Groei is geen doel op zich, maar een middel om welzijn voor huidige generaties te genereren en generaties na ons een even goed leven te geven, met hetzelfde voorzieningenniveau. Problematisch is dus niet dat de economie groeit, maar hoe we die groei meten. Het bruto binnenlands product (bbp) is de huidige maat. Daar valt echter veel buiten wat wel van invloed is op ons welzijn. Denk aan natuur, stilte of een monument. In 1954 schreef Lucebert in het gedicht 'De zeer oude zingt' de alom bekende regel 'Alles van waarde is weerloos' (Lucebert 2002). Hoe kunnen we dingen die weerloos doch waardevol zijn beschermen? Juist omdat natuur, stilte en monumenten niet of slechts deels meetellen in het bbp, hebben ze geen stem in de totstandkoming van economische groei en is het risico dat ze veronachtzaamd worden groot. Er zit maar één ding op en dat is economische groei op een andere manier meten. Dat vereist dat economen met beprijzingsinstrumenten en waarderingmethoden prijskaartjes hangen aan alles wat geen marktprijs heeft maar wel

welvaart of welzijn genereert. Economen zouden de hulp van kunstenaars goed kunnen gebruiken bij het vinden en verbeelden van die betere groeimaatstaf.

Kunst en cultuur als economische groeimotor ...

Akkermans' artikel gaat uitgebreid in op de onderkant van de tompouce en helaas minder op de bovenkant. Die onderkant is inderdaad van fundamenteel belang, want staat voor betekenisvol werk met voldoende zekerheden in de kunst- en cultuursector, of zoals Akkermans het noemt: de C-sector. Dat kan echter niet zonder de harde, economische bovenlaag. Hoe meer de maatschappij erkent dat kunst en cultuur essentieel zijn voor het groeipotentieel van een economie op de lange termijn, hoe beter de positie van de artiesten, auteurs, architecten en andere makers op de arbeidsmarkt. In een eerdere bijdrage in *Boekman* beschreef ik hoe kunst en cultuur een groeimotor zijn, omdat de sector innovatie aanjaagt, arbeidsproductiviteit verhoogt, en een factor van belang is voor de vestiging van bedrijven en talenten en agglomeratievoordelen versterkt (Baarsma 2021). Het tompoucemodel maakt duidelijk dat de inbedding van de kunst- en cultuursector in de economie noodzakelijk is, anders is de tompouce immers niet compleet. Hoe het model gaat helpen om die inbedding te verstevigen, wordt in het artikel niet duidelijk en moet nog worden uitgewerkt.

Akkermans geeft een aanzet als hij drie fronten benoemt waar werk aan de winkel is. Twee daarvan gaan over de economische inbedding:

- 'Ontwikkelen van nieuwe inhoud; denk aan het permanent vernieuwen van inhoudelijk aanbod, restauratie en make-overs, werken aan cross-overs, werken in opdracht, nieuw aanbod voor nieuwe vraag, bijvoorbeeld in de gezondheidszorg.
- Reageren op sociale en economische uitdagingen die bijvoorbeeld samenhangen met de klimaatcrisis, sociale ongelijkheid, diversiteit, innovatie of marktverruiming. Dat versterkt de maatschappelijke "positionering" van en waardering voor de C-sector' (p. 13).



... vereist een steviger inbedding in de economie

Deze twee fronten schreeuwen om nadere uitwerking, want pas als het lukt om met concrete projecten aan de slag te gaan hecht de krokante, roze geglazuurde bovenkant een stuk steviger aan de room in het midden en zal de tompouce als geheel worden gegeten, zoals Akkermans het graag ziet. Zonder uitwerking blijft de neiging toch te groot om eerst de bovenkant van de tompouce te lichten en te verorberen om pas daarna de room met de onderkant op te peuzelen.

Zelf heb ik mogen ervaren hoe de samenwerking met kunst en cultuur kan verrijken. Ik werk bij een bank waar elk jaar een *artist in residence* wordt aangesteld. Het doel van dit initiatief is dat bankiers en kunstenaars van elkaar leren door een open uitwisseling van ideeën en perspectieven, om zo op een positieve manier een bijdrage te leveren aan maatschappelijke vraagstukken en uitdagingen. Dat levert bijzondere dingen op. Zo ontwikkelde Daan

De inspiratie en verbeeldingskracht die in kunst verborgen liggen moeten vaker gebruikt worden in het bedrijfsleven

Roosegaarde als *artist in residence* de film *GROW*. Dat is niet alleen een prachtig kunstwerk, maar het laat ook zien hoe het voedselsysteem vergroend kan worden. Roosegaarde bedacht een geavanceerd lichtontwerp om gewassen duurzamer te laten groeien. Het licht schijnt verticaal over een akker van 20.000 m² met preiplanten. Mensen kwamen van heinde en verre om de ‘dansende lichten’ op locatie in Flevoland te zien. De boer stond er glimmend van trots naar te kijken. Het lichtontwerp is gebaseerd op technologieën uit de lichtwetenschap die hebben aangetoond dat bepaalde combinaties van blauw, rood en ultraviolet licht de plantengroei kunnen bevorderen en het gebruik van pesticiden tot wel 50 procent kunnen verminderen.¹

Een andere ervaring was een samenwerking met acteurs. Zij trairden startende ondernemers die via de bank in contact kwamen met dit programma van het theater. De acteurs leerden de start-ups hoe ze hun pitch vol passie en overtuigingskracht voor het voetlicht konden brengen. Heel spannend natuurlijk op zo’n podium in de spotlights. Hun performance en pitch werden er echter steeds beter van. Toen ze uiteindelijk in een tl-verlicht kantoor hun verhaal hielden, deden ze dat vol zelfvertrouwen en plezier. Een prachtig voorbeeld van hoe creatief ondernemerschap van een theater ingebed kan worden in de economie.

Een andere mogelijkheid om kunst en cultuur in te bedden in de economie is door de inspiratie en verbeeldingskracht die in kunst verborgen liggen vaker te gebruiken in het bedrijfsleven. Zo heeft bijna elk bedrijf heidagen om gezamenlijk op enige afstand van het dagelijkse werk te reflecteren op de strategie. Alhoewel de term heidag anders doet vermoeden, gebeurt dat zelden in de natuur maar meestal in een hotel of accommodatie op een makkelijk te bereiken plek. Dat zijn lang niet altijd de meest inspirerende plekken, terwijl inspiratie juist kan helpen om tot betere inzichten te komen. Door zo’n sessie niet met post-it-stickers op een kale muur in een verbeeldingsloze ruimte te doen, maar in bijvoorbeeld een museum, wordt het creatieve brein geprikkeld. Na een rondgang langs de museumstukken, zijn geen post-it-stickers meer nodig om een betekenisvolle strategische discussie te hebben.



Beter een appelbol

Hoe stevig de bovenkant ook op de tompouce zit, het risico van het in z'n geheel opeten ervan is en blijft dat de room ertussenuit geduwd wordt.² Ik denk dat de onderkant (de culturele arbeidsmarkt) en de bovenkant (de economie) geïntegreerd moeten worden. De arbeidsmarkt is een geheel en onderdeel van de economie. Waarom niet een appelbolmodel? Dan zit de economie inclusief de arbeidsmarkt om een heerlijk zachte, verrijkende kern van een in kaneel gedrenkte appel. De korst smaakt lekkerder vanwege de kern, en de appel wordt er niet uitgeduwd. En eerlijk gezegd vind ik appelbollen lekkerder dan tompouces. •

Literatuur

- Baarsma, B. (2021) '[Van onschatbare waarde: over het economisch belang van cultuur](#)'. In: *Boekman*, jrg. 33, nr. 126, 44-47.
- Lucebert (2002) *Verzamelde gedichten*, Amsterdam: De Bezige Bij.

Noten

- 1 Zie studioroosegaard.net/project/grow en www.rabobank.com/nl/press/search/2021/20210118-20000-m2-artwork-grow-by-daan-roosegaard-highlights-the-beauty-of-agriculture.html.
- 2 Er blijken op internet allerlei filmpjes te staan over de ideale verorberingswijze van een tompouce, maar de room blijft er uitgeduwd worden. Zie bijvoorbeeld: [Welke technieken bestaan er om een tompouce te eten? – Het Instituut – YouTube](#).



Barbara Baarsma is ceo Rabo Carbon Bank en hoogleraar toegepaste economie aan de Universiteit van Amsterdam

Paul Rutten

Tom Poes meets Willy Wortel!

Stripfiguren kunnen een belangrijke inspiratiebron zijn voor verhandelingen over economie en innovatie. In het essay van Erik Akkermans over de culturele en creatieve sector, laten we het de creatieve industrie noemen, is dat de bekende oproep van Heer Bommel aan zijn metgezel: 'Tom Poes, verzin een list!' Akkermans stelt die vraag in het licht van de ecologische, economische, maatschappelijke en internationale problemen en conflicten waar de wereld nu voor staat en die alleen maar uitdijen. Het is evident dat die taak te zwaar en omvangrijk is voor de smalle schouders van Tom Poes. Bommels vraag is een noodkreet, eigenlijk een roep om innovatie. Bestaande middelen zijn niet afdoende om de crisis af te wenden. Er is meer nodig, of een andere manier van probleem oplossen. Het zou wijs zijn wanneer Tom Poes de hulp van Willy Wortel inroept, bijgestaan door zijn onafscheidelijke Lampje: Eureka!

Innovatie ontstaat wanneer er met veel energie en bezieling gewerkt wordt aan de verlichting of mogelijk oplossing voor urgente situaties. Daarvoor zijn behalve listen, heden ten dage spreken we van ‘smart solutions’, ook nieuwe verhalen nodig. Een ander narratief leidt veelal tot een nieuwe kijk op urgenties, waarmee andersoortige interventies in ons blikveld komen. Dat is wat Kees Dorst bedoelt met ‘frame innovation’ (Dorst 2015). Nieuwe kennis, alternatieve frames en slimme concepten (Lampje!) leggen de basis voor innovatie. Relevante kennis wordt in de context van nieuwe frames tot oplossing of verlichting van problemen. Dat leidt er bijvoorbeeld toe dat we bestaande dingen beter doen of andere dingen gaan doen. Voor een goed gepositioneerde creatieve industrie die betekenisvolle bijdragen wil leveren aan innovatie, impliceert dat de noodzaak van enerzijds toegepaste creativiteit, zoals we die kennen uit bijvoorbeeld design en architectuur, en anderzijds vrije experimenteer- en ontwikkelruimte die idealiter beschikbaar is in het domein van de kunst en cultuur, vergelijkbaar met de wijze waarop we de wetenschap faciliteren.

Verdeling van schaarste

In het debat over de maatschappelijke en economische waarde van de creatieve industrie is meer nodig dan haar gelijk te stellen aan het produceren van listen en verhalen. Het essay van Erik Akkermans gaat immers met name over de manier waarop de creatieve industrie past in ons maatschappelijk en vooral ook economisch bestel en over de voorwaarden waaronder de sector zijn rol zo goed mogelijk kan vervullen. De metafoor van de tompouce ligt mij in dat verband wat zwaar op de maag. De scheiding tussen de harde bovenlaag, die de economie representeert, en de zachte tussenlaag, waar de culturele en creatieve sector zich bevindt in het gezelschap van onderwijs en zorg, gaat er bij mij niet in. Ze bevestigt een tegenstelling die in sommige economische kringen hardnekkig blijft circuleren tussen activiteiten die geld kosten en die geld opbrengen. De eerste zacht, de tweede hard. Het is pijnlijk dat bijvoorbeeld in percepties die binnen ons ministerie van Economische Zaken circuleren, de gesubsidieerde kunsten en omroepactiviteiten niet tot

de creatieve industrie, laat staan tot de economie gerekend worden. De tegenvraag die te weinig gesteld wordt, is: hebben ze dan geen waarde en waarom maken we ze dan mogelijk door er een deel van de publieke uitgaven aan te spenderen? Kunst en cultuur zijn onderdeel van de economie, net als zorg, onderwijs en wetenschap dat zijn, omdat ze bevorderen dat ons maatschappelijk systeem kan werken. De ontwerpsectoren en de kunsten ontwikkelen en ontwerpen nieuwe perspectieven op ons (samen)leven en ons produceren, als remedie voor het feit dat ons maatschappelijk en economische bestel vastloopt. De verbeelding in onze samenleving, die gevoed wordt door media en entertainment, maar ook door kunst en cultuur, is een essentiële bron voor identiteitsontwikkeling. Het beetje econoom in mij leert me dat een deel van de voorzieningen, diensten en werken die maatschappelijk belangrijk zijn, die Akkermans in de zachte tussenlaag positioneert, als ‘merit good’ door de collectiviteit van de schatkist worden gefinancierd. Dat is ook economie: de wetenschap die gaat over de verdeling van schaarste, ook waar de markt niet voor zorgt. En ook hier ligt weer een aardig haakje waarmee de rol van de creatieve industrie met behulp van economisch jargon nog verder opgehelderd kan worden.

Concept verbreden

De discussie die al geruime tijd gevoerd wordt over de rol van de creatieve industrie in het aangaan van maatschappelijke uitdagingen – oplossen laten we nog even liggen – is hier aan de orde. Die uitdagingen zijn het directe gevolg van de ingebouwde ontembare dynamiek van economische groei, vastgesteld op basis van eenzijdige indexen en indicatoren die louter monetair gefundeerd zijn. Ze zijn voor een groot deel te wijten aan wat economen als externaliteiten aanduiden. In dit geval negatieve. Ons systeem kent een lange traditie van het privatiseren, dat wil zeggen toe-eigenen, van monetaire opbrengsten door bedrijven. Dat wordt gekoppeld aan het ‘publiek maken’, op de gemeenschap afwentelen en in rekening brengen, van negatieve gevolgen. Die variëren van specifieke milieuschade en duurzaamheid als uitdaging tot maatschappelijke ongelijkheid, met een inclusieve samenleving als uitdaging. Dat is ook ↴

de kern van het betoog van Kate Raworth. We moeten ons concept van groei verbreden en niet langer baseren op economische grootheden. Het zou me niks verbazen wanneer zo'n imaginaire groeidefinitie zou laten zien dat we al jarenlang achteruitkachelen, zeker wanneer we het groeiende krediet op de toekomst als gevolg van het interen op talloze hulpbronnen zouden incalculeren. Concepten uit het verleden leiden niet tot een duurzame toekomst, zoveel is ons inmiddels duidelijk. De 'markt' gaat dat niet doen. De reductie van het waardebegrip tot louter economie leidt tot destructie. Er is nood aan een nieuw narratief. Wij, en namens ons de overheid, moeten een breder begrip van waarde definiëren en hanteren en daarin ook, of misschien wel vooral, de rol en betekenis van wat Akkermans als de zachte tussenlaag aanduidt, veel explicieter meenemen. En dan juist niet als oplossing van de negatieve externaliteiten van het marktsysteem, maar als waarde die de collectiviteit bevordert en gekoesterd moet worden. Dat vraagt om een andere overheidsrol dan het repareren van marktfalen. Dat vraagt om visie en ambitie over de aard en de kwaliteit van de samenleving waarin we willen en kunnen leven. Het werk van Mariana Mazzucato dat zowel in de Europese Unie als in Nederland weerklank vindt, biedt net als dat van Kate Raworth veel inspiratie en aanknopingspunten (Mazzucato 2014).

Erkenning

'Tom Poes verzin een list'. De creatieve industrie beschikt over de creativiteit en het denk- en ontwikkelvermogen om, samen met innovators en ontwikkelaars in alle maatschappelijke domeinen van de samenleving, op systemisch en toepassingsniveau te innoveren en te transformeren. Door de vrije ontwikkelruimte te claimen, waar kunstenaars, mediaprofessionals en ontwerpers samenwerken met wetenschappers, engineers en softwareontwikkelaars, en die te verbinden met concrete toepassingen in een productief systeem. De potentiële maatschappelijke waarde van een dergelijke constellatie is enorm. Daar ligt ook de kiem van de oplossing voor de zorgen die Akkermans heeft over de onderkant van de tompouce. Een basis in een solide arbeidsmarkt die recht doet aan de waarde van de creatieve en culturele sector

zou daarmee gelegd kunnen worden. De waarde van de creatieve en culturele sector in het voorgestelde nieuwe narratief is immers enorm en zijn rol cruciaal. Erkenning in alle opzichten is een must en, vooral ook van overheidswege, essentieel. De conclusie dat de sector zelf nog werk te verzetten heeft om klaar te zijn om deze ambitie waar te maken, maakt hij in zijn essay overtuigend duidelijk. Bommels' aansporing aan zijn jonge vriend is ook hier van toepassing. •

Literatuur

- Dorst, K. (2015) *Frame innovation: create new thinking by design*. Boston (Mass.): MIT Press
- Mazzucato, M. (2014) *De ondernemende staat: waarom de markt niet zonder overheid kan*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.
- Mazzucato, M. (2021) *Mission economy: a moonshot guide to changing capitalism*. Milton Keynes: Allen Lane.
- Raworth, K. (2017) *Doughnut economics: seven ways to think like a 21st century economist*. New York: Random House.



Paul Rutten
is lector bij
Kenniscentrum
Creating 010
van Hogeschool
Rotterdam

Colofon

Boekman Extra is een onregelmatig verschijnende digitale uitgave van de Boekmanstichting.

De Boekmanstichting verzamelt en verspreidt kennis en informatie over kunst en cultuur in beleid en praktijk. Het werkterrein omvat het kunst- en cultuurbeleid van de overheden, particuliere financiering van kunst, de sociaal-economische en juridische aspecten van de kunsten en het kunstenaarsberoep, marketing en sponsoring, culturele organisaties en manifestaties, kunst in relatie tot (nieuwe) media, cultuurbehoud, kunst-educatie, amateurkunst en kunstvakonderwijs.

Zie ook www.boekman.nl

Redactie

Jan Jaap Knol
Jack van der Leden
André Nuchelmans

Productie

André Nuchelmans

Redactieadres

Boekmanstichting,
t.a.v. redactie
Boekman Extra
Herengracht 415,
1017 BP Amsterdam,
telefoon 020 – 624 37 36,
e-mail
redactie@boekman.nl

Kopij volgens de redactie-aanwijzingen via e-mail

Eindredactie en correctie

Taalbureau IJ, Amsterdam

Beeldredactie

André Nuchelmans
Joseph Plateau

Vormgeving

Joseph Plateau, Amsterdam

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Al het mogelijke is gedaan om rechthebbenden van beeld te achterhalen. Indien u meent over auteursrechten te beschikken van beeld in deze *Boekman Extra*, dan kunt u contact opnemen met de Boekmanstichting in Amsterdam.