

Verslag congres “Geld voor Cultuur” 12 oktober 2009



Thema 1: Cultuurindustrie

Paneldeskundigen ochtend: Pascal Cools, Johan Jansson, Chris de Jong, Michael Söndermann

Sessie 1 – Op weg naar structureel beleid

De eerste sessie geeft een top-down perspectief op de cultuurindustrie. Nederland en Vlaanderen voeren de laatste jaren een experimenteel beleid gebaseerd op intuïties. Dit is ook te zien in andere Europese landen. Hoe kunnen we verder gaan dan een alleen intuïtief beleid? De sprekers uit verschillende landen zullen een antwoord geven op deze vraag.

Culturele en creatieve industrieën in Duitsland – door Michael Söndermann

Michael Söndermann werkt al vele jaren op het terrein van culturele industrieën. Hij is op het moment eigenaar en manager van het bureau voor onderzoek naar culturele industrieën in Keulen. Hij is tevens de voorzitter van een onderzoeksgroep naar culturele statistieken in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland.

In 1995 begon de Europese Commissie met een groot onderzoek naar de culturele en creatieve industrieën. Landen als Duitsland en Frankrijk waren op dat moment al bezig met intensief onderzoek. In Duitsland werd het eerste onderzoek gestart in 1989 waarvan de resultaten pas in 2009 door de regering werden gepresenteerd.

Voordat er onderzoek gedaan kan worden is het belangrijk om een definitie te hebben van de culturele sector. “Cultureel” is een erg complex begrip. Volgens de Europese Commissie bestaat de culturele en creatieve sector uit 3 segmenten:

- De kern: visuele kunst, uitvoerende kunst en erfgoed;
- Culturele industrieën: film en video, televisie en radio, video games, muziek, boeken en pers, en
- Creatieve industrieën en activiteiten: ontwerpen, architectuur, adverteren.

Uit een onderzoeksrapport blijkt dat 2,6% van het totale BBP in Duitsland voorkomt uit de culturele en creatieve industrieën. Dit illustreert de belangrijke invloed van deze industrieën op de economie. De culturele en creatieve industrieën liggen qua aandeel in de economie niet ver af van de zeer belangrijke auto-industrie in Duitsland. De grafiek van de totale omzet in 2006 geeft aan dat het grootste deel van het BBP afkomstig is van grote bedrijven, maar dat ook een groot deel (43%) afkomstig is van kleine en micro bedrijven.

Het cultuurbeleid in Duitsland richt zich op de non-profit sector. Hierdoor vallen de culturele en creatieve industrieën niet binnen het beleid. Het beleid zou zich meer moeten richten op de artiesten en creatieve werkers, die de producten creëren. In Duitsland wordt dit op het moment nog veel te weinig gedaan.

Veel mensen zouden meer kennis willen hebben van de culturele en creatieve industrieën. Een meer gedetailleerd model van de industrieën wordt gegeven door het 'drie sectoren model'. Dit model onderverdeelt de industrieën in een publieke, private en intermediaire sector. De publieke sector is een non-profit sector en blijft bestaan uit publieke financiering. De intermediaire sector is niet gericht op commercie en wordt gefinancierd door de samenleving of door de overheid. De private sector is winst-georiënteerd en kan worden onderverdeeld in elf categorieën. Dit zijn de zogenaamde culturele en creatieve industrieën. De bindende factor tussen de elf categorieën is de culturele productie van de artiest.

De belangrijkste 'spelers' zijn freelance artiesten en micro bedrijven, kleine en middelgrote bedrijven en de grote bedrijven. De grote risico's die de culturele en creatieve industrieën met zich meebrengen hebben invloed op alle drie de spelers. Het is daarom erg belangrijk om de structuren en ontwikkeling van deze bedrijven goed te begrijpen.

Belangrijkste punten:

- De culturele en creatieve industrieën onderscheiden zich door de creatieve activiteit.
- Het concept van de creatieve activiteit is complex en niet gemakkelijk te begrijpen.
- Een goed cultureel beleid in Duitsland zou innovatie kunnen ondersteunen door de culturele en creatieve industrieën als één geheel te zien en niet als meerdere branches.

Cultuurbeleid van de Zweedse muziek industrie - door Johan Jansson

Johan Jansson maakt onderdeel uit van het onderzoekscentrum voor innovatie en industriële dynamiek van de Uppsala Universiteit. Hij heeft onderzoek gedaan naar de oorzaak van het internationale succes van de Zweedse muziekindustrie. Van de jaren '60 tot en met de jaren '80 waren er af en toe successen in de Zweedse muziek (Abba en anderen). Vooral in de jaren '90 ging het erg goed en werd Zweden een belangrijke exporteur van muziek. Nu staat Zweden nog op de vijfde plek van export per capita.

De technologische innovatie heeft de muziekindustrie radicaal veranderd en heeft ervoor gezorgd dat er nieuwe bedrijfsmodellen nodig zijn. Jansson heeft een systeemperspectief gemaakt van het concurrentievermogen van de Zweedse markt. Dit perspectief is vooral bekend geworden door Porter's 'four factor model'. Hierbij heeft concurrentievermogen twee kanten, namelijk de lokale productie en export. Belangrijke factoren zijn kennis (human capital), grote vraag naar culturele producten, strategieën en structuren van bedrijven en samenwerking met gerelateerde en ondersteunende industrieën.

Het is onmogelijk om over hét beleid van de muziekindustrie te spreken, aangezien het gaat om meerdere overlappende regels. Het beleid dat specifiek gericht was op de culturele industrieën had weinig effect. Het algemene cultuurbeleid had onbedoeld meer effect op de muziekindustrie. We kunnen een aantal dingen leren van het Zweedse voorbeeld. Zo zijn rolmodellen erg belangrijk. Daarnaast is het ook belangrijk om mobiliteit te creëren en openheid voor nieuwe ideeën te stimuleren.

Toch zou er nog meer gedaan kunnen worden in de toekomst. De lokale productie zou kunnen worden ondersteund door samenwerking, financiële ondersteuning, het overdragen van kennis, meer contacten binnen de industrie en meer samenwerking tussen cultuur en bedrijfsbeleid. Voor het internationale beleid is het vooral van belang dat er een globaal netwerk komt, samenwerking (bijvoorbeeld tussen games en muziek) en meer begeleiding en educatie. Het is bovendien erg belangrijk dat er onderzoek wordt gedaan naar de muziekindustrie, waaronder de invloed van digitalisering op de industrie.

Nederlands perspectief – door Chris de Jong

Chris de Jong, van Vastgoed Cultuurfonds, geeft een reflectie op de twee casus vanuit een Nederlands perspectief. Hij ziet de twee casus als rolmodellen voor Nederland. Volgens Chris de Jong is er in Nederland te weinig onderzoek, waardering en ambitie.

Vroeger groeiden we op met muziek en werd er ook aandacht besteed aan muziekeducatie. Door de grote bezuinigingen binnen de muziek- en kunstindustrie, wordt er nu bijna geen muziekeducatie meer gegeven en is daardoor de kennis afgenomen. Hetzelfde geldt voor onderzoek. Door de bezuinigingen worden er nu geen statistieken meer verzameld terwijl die juist erg belangrijk zijn voor onderzoek. Chris de Jong stelt daarom voor om weer met de culturele educatie te beginnen en data te gaan verzamelen. Bovendien lijkt het hem goed om, naar het Duitse voorbeeld, meer aandacht te besteden aan de artiesten. De artiesten vormen uiteindelijk de kern van de bedrijven. Nederland zou een systeem op moeten zetten dat artiesten ondersteunt.

Vragen uit het publiek

- Vraag aan Michael Söndermann: *Zou het goed zijn om een samenwerking aan te gaan in Europa wat betreft de culturele en creatieve industrieën en het beleid daarvan?*

Söndermann vindt dit een erg goed idee. Op het moment is hij al met zoiets bezig. Hij maakt deel uit van een internationale onderzoeksgroep met Zweden, Finland, Duitsland, Denemarken en Frankrijk. Het zou goed zijn als Nederland en België zich daarbij zouden aansluiten.

- Vraag aan Johan Jansson: *In uw presentatie heeft u verschillende factoren aangewezen voor het muzikale succes van Zweden. De muzikanten worden helemaal niet genoemd. Is de kwaliteit van muziek belangrijk?*

Jansson geeft aan dat hij zich in zijn onderzoek niet richt op individuele artiesten, maar dat er uiteraard talent is in Zweden. Vooral het educatiesysteem draagt hieraan bij. Door de uitgebreide kennis van muziek, geven de mensen meer om muziek en zal er betere muziek worden geproduceerd. Mensen zijn zich bewust van de culturele industrieën en dit creëert mogelijkheden voor productie.

- Vraag aan Michael Söndermann: *In uw onderzoek wordt er weinig aandacht besteed aan de sociale voorwaarden van de creatieve werker. Deze voorwaarden wijken erg af van de voorwaarden voor werkers in andere sectoren (bijvoorbeeld alleen tijdelijke contracten, geen vakbonden). Hoe kan de overheid dit soort individuele werkers het beste ondersteunen?*

De taak van de onderzoeksgroep is om het ministerie van financiën te overtuigen van het belang van culturele industrieën. Hierdoor wordt de focus gelegd op de economische kant.

De Duitse overheid benadrukt altijd de goede sociale voorwaarden voor artiesten, maar dit werkt eigenlijk als een placebo. De overheid besteedt hierdoor geen aandacht aan de economische problemen van de artiesten. De overheid moet de artiesten zien als de belangrijkste personen in de culturele industrieën. Het is vooral belangrijk dat zij het juiste werk vinden. Tot nu toe is het ministerie van financiën nog niet overtuigd. Zij vinden het product belangrijker dan de artiest.

- Vraag aan beiden: *Söndermann en Jansson onderstrepen beiden de belangrijke rol van kleine en micro bedrijven. Welke invloed hebben deze bedrijven op de politiek?*

Volgens Jansson worden micro bedrijven te weinig gewaardeerd terwijl ze juist erg belangrijk zijn. Tien jaar geleden begon dit een beetje te veranderen en nu hebben ze meer invloed op beslissingen. Bijvoorbeeld, in het actieplan voor culturele industrieën in Zweden van dit jaar, spelen micro bedrijven een zeer grote rol.

Söndermann geeft aan dat er veel is veranderd de laatste tijd. De landelijke gebieden in Duitsland houden zich nu ook meer bezig met cultuurbeleid. Culturele industrieën zijn voor iedereen belangrijk geworden.

Paneldeskundigen middag: Peter Leyder, Michaël Samyn

Sessie 2 – Blick op de organisatie

De Vlaamse regering legt zijn focus vaak op de markt en ziet de markt en de gesubsidieerde sector vaak als twee losse sectoren. Is het wel zo zwart/wit? In deze sessie kijken we naar de realiteit en komen enkele organisaties aan het woord.

Dealflow analyse van CultuurInvest – door Peter Leyder

Peter Leyder is fondsmanager bij CultuurInvest. CultuurInvest is een onafhankelijk investeringsfonds onder de vleugels van ParticipatieMaatschappij Vlaanderen (PMV). Ze investeren in cultureel gebonden producten met marktpotentieel. Bij investeringen gaat het niet om subsidies, maar leningen met financieel rendement. Ze investeren in verschillende relatief commerciële sectoren.

Bij CultuurInvest kunnen ondernemers zich altijd aanmelden. CultuurInvest analyseert dan het business plan op intensieve wijze. Bij de analyse van het plan kijkt CultuurInvest naar verschillende elementen, zoals het inkomstenmodel en de financiën. Het gehele proces is zeer interactief. Ook na de investering houdt CultuurInvest contact met de ondernemers.

Uit een analyse van 2008 kwam naar voren dat CultuurInvest vooral aanmeldingen kreeg van relatief kleine ondernemingen. Het merendeel van de ondernemers is in te delen in de categorie ‘dromer/naïeveling/artiest’ (47%) of in de categorie ‘ondernemer’ (45%).

De aanmeldingen worden eerst objectief bekeken. Van de aanmeldingen heeft 86% een duidelijk concept. Slechts 33% heeft een business plan klaar. Uit de subjectieve beoordeling komt naar voren dat vooral het financieel plan vaak niet in orde is. Daarnaast zijn ook vaak de sales & marketing en het inkomstenmodel niet goed. De aanmeldingen door het type ‘ondernemer’ worden vaak positief beoordeeld op het financieel plan, de marketing aanpak en het team. Voor de ‘dromer/naïeveling/artiest’ is er vaker een negatieve evaluatie van het financieel plan, de marketing aanpak en het team. De meeste vooruitgang is over het algemeen mogelijk bij het financieel plan, de sales & marketing, het inkomstenmodel en iets minder uitgesproken bij het onderdeel ‘team’.

CultuurInvest heeft vaak langdurig contact met de ondernemer. Voor 45% van de gevallen houdt dit in dat er meer dan zes contacten zijn. De meest voorkomende reden voor het stopzetten van het contact is gebrekkig ondernemerschap. CultuurInvest kan naast het verbeteren van het business plan, ook meerwaarde bieden door te helpen met contacten en co-financiering.

Organisatie Tale of Tales – door Michaël Samyn

Tale of Tales is een onderneming die games ontwikkelt. De organisatie bestaat uit Michaël Samyn en Auriea Harvey. Samyn is begonnen als grafisch ontwerper en is later overgestapt naar werken met het internet. Uiteindelijk is het nooit hun doel geweest om commercieel bezig te zijn. Door de overstap naar games, waarbij een complexere techniek wordt gebruikt, was er meer financiering nodig en moest Tale of Tales subsidies gaan aanvragen.

Tale of Tales heeft verschillende projecten opgezet. De eerste projecten waren niet-commerciële projecten waarvoor ze uiteindelijk genoeg financiering hebben kunnen krijgen. Voor een groter project waarbij ze een breder publiek wilden aanspreken kregen ze alleen subsidie voor het prototype. Verdere subsidie was niet te vinden. Uiteindelijk kwamen ze bij CultuurInvest terecht die een lening kon verstrekken. Ze hebben deze lening nu kunnen afbetalen, maar ze weten nog niet zeker of ze de anderen ook kunnen terugbetalen.

Tale of Tales zijn kunstenaars die verkoop alleen gebruiken als middel maar absoluut niet als doel. Voor CultuurInvest moesten ze voor het eerst een businessplan schrijven. CultuurInvest stelt hoge eisen aan de onderneming, waardoor het lastig is om zakelijk experimenteel te blijven. Samyn benadrukt dat het een erg lastig proces is. Hij zou het bovendien fijn vinden als hij als subsidieaanvrager meer wordt gezien als partner dan als vrager.

B architecten - door Evert Crols

B architecten is opgericht in 1997 door drie studenten die besloten om samen te werken als vennoten. Inmiddels is de onderneming veranderd in een NV en heeft het 15 medewerkers. De architecten bij B architecten werken als zelfstandigen en zijn hierdoor erg flexibel. De onderneming werkt aan uiteenlopende projecten en werkt graag samen met derden. Een jaar geleden zijn ze een apart bedrijf begonnen voor kleinere projecten.

Bij ieder nieuw project beginnen ze weer bij het begin en proberen zo iets te creëren dat de klanten en zij zelf goed vinden. B architecten heeft veel naamsbekendheid gekregen door het winnen van de wedstrijd van de Beurs Schouwburg.

Een van de knelpunten van de organisatie is dat het gaat om een complex beroep. Een architect moet niet alleen artiest zijn maar ook kunnen onderhandelen. Daarnaast duurt het lang voordat je vertrouwen krijgt. B architecten heeft een unieke kans gekregen door het winnen van de wedstrijd. In de toekomst wil B-architecten doorgroeien en grotere projecten aannemen.

Mediamatic – door Willem Velthoven

Willem Velthoven is conceptontwikkelaar van Mediamatic. Mediamatic houdt zich bezig met kunst, media en maatschappij. De onderneming bestaat uit een winstgericht bureau dat samenwerkt met een stichting die wordt gefinancierd met eigen geld. Voorbeelden van projecten van Mediamatic zijn de Arabische versie van HEMA en het Picknick festival met interactieve spelletjes.

Vragen uit het publiek

- *Is er ruimte voor een maatschappelijk element binnen CultuurInvest?*

CultuurInvest heeft een maatschappelijke taak omdat het ondernemers begeleidt. Hierdoor zou je CultuurInvest kunnen zien als ontwikkelingshulp voor ondernemers. Daarnaast is er ook vraag naar CultuurInvest door marktfalen. Ondernemers die geen subsidies krijgen, proberen hun financiering te regelen via CultuurInvest.

- *Hoe zit het met het aandelen kapitaal? Is het mogelijk om als individu kapitaal te investeren in CultuurInvest?*

Dit is tot nu toe nog niet mogelijk. CultuurInvest is een onderdeel van ParticipatieMaatschappij Vlaanderen (PMV). Als CultuurInvest apart zou gaan ondernemen van PMV dan zou het misschien mogelijk zijn.

Verslaglegging door: Fija van der Staaij