



Verschuiving verantwoordelijkheid in de kunsten

23 maart 2013, prof.dr. Cees Langeveld

Waarden

- Waarom doen we iets? Wat willen we bereiken?
- Doelwaarde: bijvoorbeeld hoogwaardige samenleving door middel van cultuur
- Middewaarde: Kunst presenteren, verbinding leggen, schoonheid brengen

Culturele waarden

- Esthetische waarde
- Spirituele, transcendente waarde
- Historische waarde
- Symbolische waarde
- Mooie gebouwen (bibliotheken, theaters) beïnvloeden waardering over plaats (niet-gebruikswaarde, Vekeman et al, 2011)

Economische waarden

- Directe bestedingen
- (In)directe werkgelegenheid
- Inkomen voor artiesten, kunstenaars, musici
- Levendigheid stad
- Bijdrage aan creatieve industrie
- Externe effecten (bijv. trots)
- Besteding door bezoekers van buiten
- Stedelijk imago, identiteit
- Woon- en werkklimaat
- Vestigingsklimaat

Bron: o.a. Performing arts and the city by Q.L. van den Hoogen, 2010

Vestigingsklimaat

- Cultuur minder belangrijk voor vestiging bedrijven
- Goed voor particulieren (hoogopgeleiden, vrije beroepsbeoefenaren)
 - Clark, Glaeser: Liefhebbers grootschalige cultuur (Opera, schouwburg) kiezen voor stad
 - Florida stelt dat kleinschalige alternatieve voorzieningen, ontmoetingsplekken, interactie, jazzclubs (streetlevel culture) beter zijn

Sociale waarden

- Verbindende waarde, ontmoetingsfunctie, clubgoed
- Educatieve waarde, persoonlijke ontwikkeling, ontplooiing
- Ervaringen delen
- Mensen samenbrengen
- Ideeën en percepties delen
- Representatie waarden en normen
- Versterken sociale structuren
- Zelfbewustzijn, eigenwaarde
- Gemeenschapsgevoel ontwikkelen
- Integratie minderheden
- Vergroting tolerantie



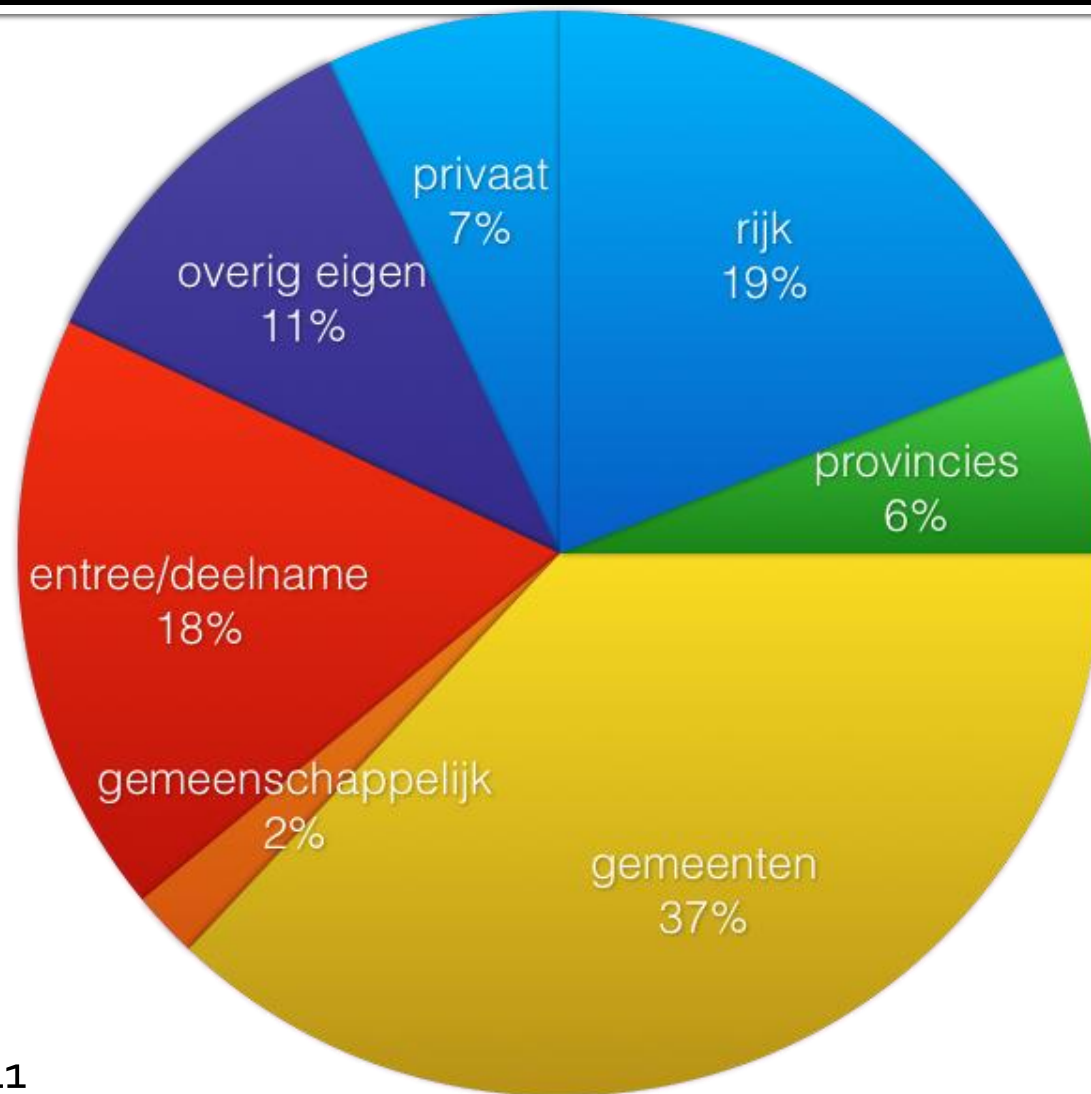
Tot 1945

- Particulier initiatief
- Vrijwilligerswerk
- Burgers waren gewend te schenken
- Burgers voelden zich verantwoordelijk voor de kunsten
- Overheid vrijwel afwezig

Na 1945

- Vrijwilligerswerk wordt minder
- Kunsten professionaliseren
- Opkomst middelgrote gemeenten
- De overheid wordt verantwoordelijk voor de kunsten

5,25 mld euro 2009 totale huishouding 64% overheid, 36% eigen inkomsten



Privaat

- Privaat 7% = circa 350 mln euro
- Waarvan sponsoring 100 mln euro
- 250 mln euro vrienden, private fondsen, schenkers (grove schatting)

Nadelen subsidie

- Subsidie gerelateerd aan politiek gewenste prestaties
- Subsidie isoleert een sector van andere sectoren
- Weinig aandacht voor efficiency en marktwerking
- Subsidie leidt tot concurrentievervalsing
- Schenkers/sponsors stellen vaak minder eisen dan de overheid
- Burger treedt terug (crowding out)
- Zicht op waarden-nut-kosten raakt zoek: subsidie voor gezelschappen, voor podia, voor publiek, voor scholieren, voor specifieke doelgroepen

Vier sferen

- Markt
- Overheid
- Oikos
- Derde sfeer



I Markt

- Bezoekers, sponsors, klanten
- Herkenbaar product
- Goede prijs
- Klantgericht
- Wie betaalt, bepaalt
- Marketing
- Contract

II Overheid

- Regels
- Criteria
- Begrotingen, plannen, aanvragen, verslaglegging, verantwoording
- Ambtenaren, adviescommissies
- Kunstwereld sterke oriëntatie op overheid

III Oikos

- Gezin
- Familiaire zorggevoelens
- Kunstenaar adopteren
- Beeldende kunst

IV Derde sfeer

- Mecenassen, schenkers, donateurs
- Vrijwilligers
- Liefhebbers
- Sociale logica
- Vrijwilligheid, giften, donaties

Goede doelen 2011: 3,5 mld euro

► Kankerbestrijding blijft grootste goede doel

Opbrengst eigen fondsenwerving van de twintig grootste goede doelen in euro

	2009	Vershil in % '08-'09
1 KWF Kankerbestrijding	87.700.000	-1,2
2 Unicef	51.527.000	-2,0
3 Rode kruis	42.137.000	0,2
4 Cordaid	41.778.000	8,8
5 Wereld Natuur Fonds	38.947.000	-2,0
6 Artsen zonder Grenzen	37.680.000	-1,1
7 Hartstichting	35.300.000	-7,6
8 Plan Nederland	33.816.000	-6,4
9 Natuurmonumenten	33.573.000	-1,5
10 Oxfam/Novib	28.346.000	0,4
11 Kerk in actie	25.548.000	-5,2
12 Amnesty International	22.903.557	-0,2
13 Leger des Heils	21.200.000	-2,8
14 Zonnebloem	20.606.000	11,7
15 Greenpeace	18.998.517	-2,5
16 Woord en Daad	18.843.648	4,2
17 Nierstichting	18.295.000	7,7
18 SOS Kinderdorp	16.043.297	5,7
19 Liliane Fonds	14.593.284	-0,9
20 Dierenbescherming	13.291.000	9,2

Schenkers/donateurs

- Vriend, gunfactor
- Groepsgevoel
- Warmte uitstralen, persoonlijk contact blijvend onderhouden
- Doel moet betrokkenheid opwekken
- Urgentie, relevantie
- Traditie

Bron: Job van Dooren MMnieuws 2011#5

een warm
hart voor
het

CHASSÉ | THEATER



CHASSÉ THEATER

HOOFDSUBSIDIËNT

Gemeente Breda

SPONSORS

A.C. Stolwerk Sloopwerken BV
Apollo Hotel Breda City Centre
Jos Hofkens HIG bv / ABC Breda
Finntax
Van Gansewinkel Nederland BV
Holland Casino Breda
InBev Nederland
Meeùs Holding BV
Novotel Accor Hotels
Perfetti Van Melle
Pierre de Jonge Automaten BV
Rüttchen Breda Holding
Visker Keukens BV
Westenburg Assurantiën BV

CHASSÉ CULTUURFONDS SCHENKERS

Diamant

Van Dijnsen Installatiewerken BV

Saffier

Mevrouw B.C.M. Dullaart | Strukton Worksphere
Rabobank Breda | Ontwerpstudio Carl van Kuijck
Jezet Seating N.V. | Van Tilburg-Bastianen Groep B.V.
Holland Casino Breda

Smaragd

Aannemersbedrijf Fa. P. Rasenberg Terheijden
ABN AMRO | Van Dorp Installaties B.V.

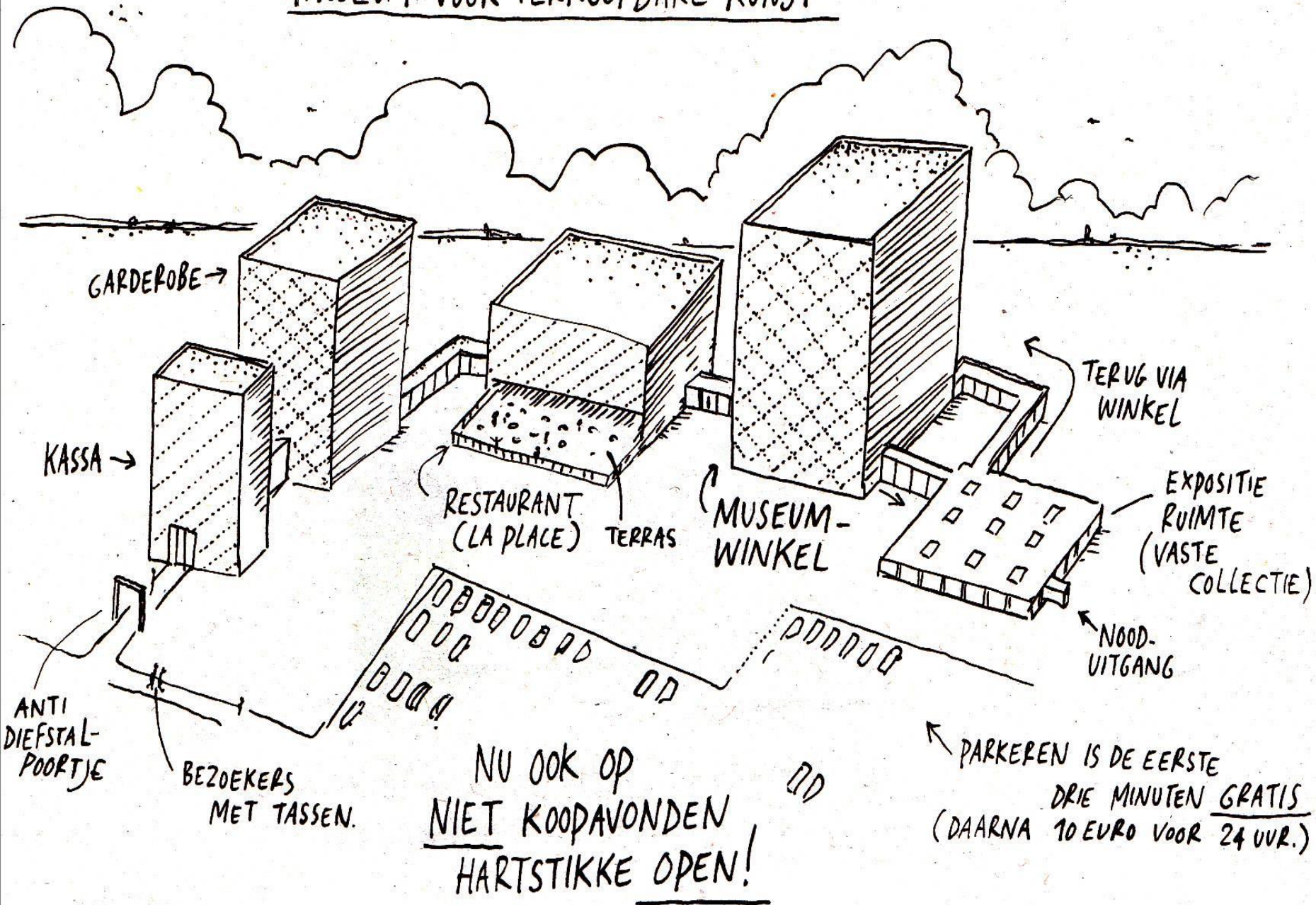
Robijn

Gasterij 't Begijntje | Hagenbeek Advies | Café Noir
Mo Willems | BVR Groep | PUUR Advocaten
VVB HUSAN B.V. | Stakebrand B.V. | Witlox VCS
De Kok Bouwgroep | Bos Vloeren + Projecten
BO.2 architectuur en stedenbouw bv | Artifort
VB&T Bouwmanagement & Advies B.V.
Talboom Kunststofverwerking | g+m audio-technologie B.V.
Promises Graphic Designers | MK2 Audiovisueel BV
Amrâth Hotel Brabant | KOENRAADS aannemersbedrijf
Wegenbouwmij ELSHOUT bv | Bouvigne Wijnimport BV
ASN Blewanus Breda | Peutax Breda | Sprangers B.V.
Zeilmakerij & vliegerspecialist C. Witte bv
M+R Interieurarchitecten | DieSigner2

Nationale/locale campagne

- Nederland Geeft, variant op Get Britain Giving
- Ambassadeurschap
- Overheid (cultureel attachés, burgemeester)
belangrijke ambassadeur
- Loterijen
- Adopteren collecties
- Aandelen, vormen van betrokkenheid
- CV die kunst koopt
- Winkelruimten aan kunstenaars in gebruik
geven
- Sponsorcarrousel
- Branchebrede activiteiten
- Uitgeverijen die bibliotheken adopteren
- Huisconcerten

MUSEUM VOOR VERKOOPBARE KUNST



Verwachting/conclusie

- Andere bronnen kunnen moeilijk op korte termijn de overheid vervangen
- Bronnen zijn aanvulling, geen substitutie
- Goed voor projecten, niet voor structurele ondersteuning
- Goed voor kassuccessen, niet voor cultuurpolitieke doelen op lange termijn
- In beperkte mate zijn er mogelijkheden
- Creativiteit en een doordachte strategie noodzakelijk
- Wellicht grotere rol op termijn als we een andere samenleving, een ontwikkelde geefcultuur en beperkte overheid met lage kosten hebben

Dank voor uw aandacht
