



Internetconsultatie programma Ondernemerschap Cultuur April 2012

Met deze internetconsultatie wil de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap uw mening vernemen over enkele specifieke acties van het programma Ondernemerschap Cultuur. Met de consultatie gaan wij gericht in op de uitvoering van deze acties. Wij danken u bij voorbaat voor uw deelname aan de consultatie en zien uw mening graag tegemoet.

Deze notitie richt zich op:

- de achtergrond en opzet van het programma Ondernemerschap Cultuur;
- uw beoordeling en suggesties met betrekking tot enkele specifieke acties.

Het lezen van deze notitie is noodzakelijk om de vragen van de internetconsultatie te kunnen beantwoorden.

Aan de hand van de binnengekomen antwoorden zullen de acties waar mogelijk worden aangevuld en/of aangepast. Uw opmerkingen worden meegenomen bij het opstellen van een brief aan de Tweede Kamer, waarin staatssecretaris Zijlstra het programma Ondernemerschap Cultuur uiteen zal zetten. In die brief zal een toelichting worden gegeven op welke wijze uw reacties hebben bijgedragen aan de verdere invulling. De brief, met de plannen en acties, wordt mei 2012 aan de Tweede Kamer gestuurd.

In het afgelopen jaar heeft het ministerie veel gesprekken gevoerd over ondernemerschap in de cultuursector. Er zijn bijeenkomsten, rondetafels en interviews gehouden met nationale en internationale experts, afgevaardigden en professionals in cultuursector en de filantropische sector. Ook private fondsen, goeddoelenloterijen, het bedrijfsleven, de wetenschap, de bancaire sector, fiscalisten, notarissen en andere overheden zijn geraadpleegd. Deze gesprekken hebben een grote bijdrage geleverd aan het samenstellen van de acties van het programma.

Het programma Ondernemerschap Cultuur

Ondernemerschap¹ is een belangrijk thema in de culturele sector. Staatssecretaris Zijlstra heeft in de Kamerbrief *Meer dan kwaliteit*² aangekondigd dat hij met een programma voor ondernemerschap in de cultuursector zal komen. Dit programma moet de band tussen de cultuursector en potentiële financiers en andere inkomstenbronnen versterken. Voor financiering door het rijk (de basisinfrastructuur) geldt sinds 2009 een eigen inkomstennorm. Maar ondernemerschap is breder dan dat. Daarom richt het programma Ondernemerschap Cultuur zich ook op zaken als marketing, governance, positionering en een evenwichtige financieringsmix.

Het programma Ondernemerschap Cultuur zal bestaan uit een aantal tijdelijke acties. Deze zijn in te delen in drie thema's:

1. Het stimuleren van een geefcultuur, door:
 - communicatie over Geven aan Cultuur;

¹ Het vermogen om een gevarieerde mix in inkomsten te vergaren.

² Kamerstukken II, 2011-2012, 32820, nr. 1

- een mecenaatmakelaar;
 - onderzoek naar de fiscale aspecten van cultuurmecenaat.
2. Ondersteuning van culturele instellingen en makers op het terrein van ondernemerschap, door:
- versterking van ondernemerschap bij individuele creatieve makers en kleine instellingen;
 - afstemming met de uitvoering van het sectorplan kunstvakonderwijs 'Focus op Toptalent'³;
 - een leiderschapsprogramma voor de cultuursector;
3. Onderzoek en monitoring:
- monitoring van ondernemerschap in de basisinfrastructuur;
 - onderzoek naar de invloed van de economische situatie op de culturele sector.

In het programma ligt de nadruk op investering in en het faciliteren van ontwikkeling in vaardigheden en kennis op het gebied van ondernemerschap. Daarnaast is het programma Ondernemerschap Cultuur gericht op het creëren van de juiste randvoorwaarden waarbinnen ondernemerschap kan groeien. De vraag en behoefte vanuit de sector staat centraal. De uitvoering van het programma sluit aan op de bestaande infrastructuur, kennis en expertise. De rijksoverheid speelt een rol in dit proces, waarbij zij diverse initiatieven en acties samenbrengt.

Het programma maakt een duidelijke keuze: de rol van brancheorganisaties wordt in de loop van de uitvoering zwaarder en de overheid doet geleidelijk een stap terug. Culturele instellingen zullen dan ook lid moeten zijn van een branchevereniging om gebruik te kunnen maken van de dienstverlenende acties van het programma.

Specifieke acties waarbij wij vragen om uw beoordeling en suggesties

Voor de volgende acties vragen wij expliciet uw aandacht:

- A. Communicatie over Geven aan Cultuur
- B. Mecenaatmakelaar
- C. Onderzoeksprogramma naar de fiscale aspecten van cultuurmecenaat
- D. Versterking van ondernemerschap bij creatieve makers en kleine instellingen
- E. Leiderschapsprogramma Cultuursector

Met uitzondering van de communicatie over Geven aan Cultuur hebben deze acties een looptijd van 4 jaar, te beginnen in 2013. Dit communicatietraject zal van start gaan bij de opening van het culturele seizoen 2012/2013 en twee jaar worden uitgevoerd. Versterking van ondernemerschap bij individuele kunstenaars en kleine instellingen richt zich in eerste instantie op 2013 en 2014. Op basis van een evaluatie wordt bepaald of de opdracht wordt verlengd.

Hieronder volgt een korte uiteenzetting per actie waarna er specifieke vragen volgen die gericht zijn op de uitvoering.

A) Communicatie Geven aan Cultuur

Uit verschillende onderzoeken (onder andere van TNS/NIPO en de Werkgroep Filantropische Studies aan de VU Amsterdam) komen de volgende punten naar voren:

- De meest kansrijke doelgroepen onder het algemeen publiek zijn bezoekers aan de traditionele kunsten en bezoekers aan een gemengd aanbod van kunst en cultuur.

³ Focus op Toptalent, sectorplan hbo kunstonderwijs 2012-2016, HBO-raad, , 5 juli 2011

- De potentiële gever is overwegend 55+ en leeft vaak in kleine huishoudens; tweederde komt uit de hogere sociale klassen en heeft dus een relatief hoge opleiding en maatschappelijke positie (gehad). Hij of zij bezoekt op reguliere basis zowel populaire als traditionele kunstvormen (59% vaker dan 5 keer per jaar).
- Deze twee doelgroepen staan open voor commerciële activiteiten van instellingen. Ze zijn ook bereid om te geven. Fiscale maatregelen kunnen een gunstig effect hierop hebben.
- Fiscale maatregelen veranderen zowel het gedrag van (potentiële) gevers als algemeen nut beogende instellingen (ANBI-instellingen) die afhankelijk zijn van giften. Deze organisaties zetten in dit geval actiever in op het werven van giften.
- Wanneer culturele instellingen erin slagen de verhoogde aftrekbaarheid onder de aandacht te brengen van particulieren en bedrijven kan het volume van giften groter worden.

In samenwerking met de cultuursector, de private sector en andere betrokkenen zal een doelgerichte aanpak worden gestart, gericht op het ondersteunen van culturele instellingen bij de communicatie naar hun publiek over giften. Met deze aanpak wordt er een bijdrage geleverd aan het stimuleren van een actief geefklimaat voor cultuur. De communicatie zal niet via massamedia worden ingezet. Zij zal in eerste instantie gericht zijn op het faciliteren van culturele instellingen (en waar mogelijk intermediairs zoals fiscaal adviseurs, notarissen, etc.) door het beschikbaar stellen van communicatiemiddelen. Deze middelen zijn gericht op:

1. Het creëren en intensiveren van de relatie tussen culturele instellingen en publiek.
2. Culturele instellingen gebruik te laten maken van de (fiscale) mogelijkheden voor het verwerven van alternatieve financiering, inclusief giften.
3. Het omzetten van deze relatie in giften en extra financiële bijdragen.

De communicatie zal van start gaan bij de opening van het culturele seizoen 2012/2013 en de komende twee jaar worden uitgevoerd.

Vragen

1. Wat zijn volgens u belangrijke momenten waarop culturele instellingen hun publiek (individueel of collectief) voor het verkrijgen van giften kunnen bereiken?
2. Kent u goede voorbeelden van culturele instellingen of individuele creatieve makers die succesvol zijn geweest in het verkrijgen van giften?

B) Mecenaatmakelaar

De hierboven beschreven communicatie richt zich op een breed aanbod aan culturele instellingen. Uit de diverse gesprekken met experts en betrokkenen kwam duidelijk naar voren dat voor individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen⁴ er behoefte is aan specifieke ondersteuning op het gebied van fondsenwerving. Waar grote instellingen gebruik kunnen maken van naamsbekendheid en een breed bereik, is het voor individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen doorgaans moeilijker om potentiële private financieringsbronnen te bereiken. Bij deze laatste groep gaat het ook vaak om kleine organisaties met beperkte slagkracht.

⁴ De definitie van 'kleine culturele instellingen' is niet afgebakend in aantal fte of hoogte van budget, maar doelt op instellingen met een beperkte capaciteit waardoor functiedifferentiatie binnen deze instelling beperkt is.

Het plan is om een mecenaatmakelaar op te zetten.⁵ Deze richt zich op praktische ondersteuning voor individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen (uit de verschillende cultuurdisciplines) op het gebied van fondsenwerving. Deze biedt training en cursussen en één-op-één advies om het fondsenwervingpotentieel te vergroten. Ook fungeert de makelaar als communicatie-instrument in het kader van de eerder genoemde communicatie voor geven aan cultuur. De mecenaatmakelaar zal bestaan uit een kleine back-office en een raad. Deze raad bestaat uit enkele experts uit de culturele en private sector en komt enkele keren per jaar bijeen. De raad richt zich op het toewijzen van coaching, training op basis van de vraag (en van een instelling of een individuele creatieve maker).

We willen aansluiten bij bestaande initiatieven en expertise in het veld. De uitvoering van de mecenaatmakelaar wordt opengesteld met een openbare aanbesteding. De mecenaatmakelaar zal in januari 2013 worden gelanceerd en 4 jaar lang actief zijn.

Vragen

1. Welke expertise (uit de culturele en private sector) moeten vertegenwoordigd zijn in de raad om een gedegen toewijzing mogelijk te kunnen maken?
2. Aan welke voorwaarden moeten individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen voldoen om gebruik te kunnen maken van de faciliteiten van de mecenaatmakelaar?

C) Onderzoeksprogramma naar de fiscale aspecten van cultuurmecenaat

Er wordt onderzoek gedaan naar vergroting en verbreding van de kennisbasis op cultureel fiscaal gebied. Geven is een sociologisch fenomeen waarbij fiscaal instrumentarium een belangrijke rol speelt. Kennis hierover is van belang voor onder andere de cultuursector, de private sector, overige betrokkenen en het ministerie van OCW.

Dit programma moet de kennis vergroten op de volgende punten:

1. Welke fiscale mogelijkheden bestaan er om het geven aan cultuur te bevorderen, bijvoorbeeld de vennootschapsbelasting, inkomstenbelasting?
2. Hoe effectief zijn die fiscale steunmaatregelen? Daarvoor is onderzoek nodig naar de effectiviteit van fiscale voordelen op het geefgedrag van burgers en bedrijven, en het vraagedrag van culturele instellingen.

Het voornemen is om het onderzoeksprogramma in 2013 van start te laten gaan. Mogelijkerwijs kan dit aan de hand van een bijzondere leerstoel.

Vragen

Ontbreken er volgens u nog kennisvragen voor het onderzoeksprogramma? Zo ja, waar denkt u dan aan?

D) Versterking van ondernemerschap bij individuele creatieve makers en kleine instellingen

Experts en betrokkenen brachten in gesprekken over ondernemerschap specifieke de volgende punten naar voren:

- Bestaande netwerken kunnen beter aan elkaar gekoppeld worden.
- Er ontbreekt een integrale aanpak waarbij alle aspecten van ondernemerschap aandacht krijgen.

⁵ Er is door het ministerie uitvoerig gekeken naar het model van Artsupport Australia. Voor de uitvoering van een soortgelijke functie in Nederland wordt het Australische model niet één-op-één gekopieerd, maar worden goede elementen overgenomen. Een groot verschil met Australië is het feit dat in Nederland al een infrastructuur voor filantropie bestaat, waarop wordt voortgebouwd.

Ook in het door onderzoeksbureau SEO uitgevoerde onderzoek naar het generiek instrumentarium voor ondersteuning van de cultuursector⁶ komen knelpunten naar voren:

- Subsidies vormen een belangrijke bron van financiering, die de behoefte aan andere financieringsbronnen vaak wegneemt. De weg is nog niet gevonden naar financiering uit de markt en naar instrumenten van de rijksoverheid gericht op het aanboren van financiering.
- Een aantal organisaties in de cultuursector ervaart drempels om naar een bank te stappen en ondernemingsplannen te schrijven. Daarnaast spreken banken niet altijd de taal van de culturele ondernemer.

Voor ondersteuning van kleine culturele instellingen⁷ en individuele kunstenaars/creatieve makers (zzp'ers) op het gebied van ondernemerschap wordt een opdracht uitgeschreven om een specifiek pakket aan activiteiten uit te voeren. Deze activiteiten moeten zich richten op:

- trainingen;
- advies en begeleiding;
- deelprogramma's gericht op marktverruiming, governance, verruiming van financiële mogelijkheden en de ontwikkeling & verspreiding van kennis over ondernemerschap.

De activiteiten mogen niet marktverstrend werken op bijvoorbeeld de dienstverlening van de Kamers van Koophandel of commerciële advies- en coachingsbureaus.

Deze opdracht richt zich op 2013 en 2014. Na een evaluatie wordt bepaald of de opdracht wordt verlengd. De Stichting Cultuur-Ondernemen voert soortgelijke activiteiten uit gedurende 2012, gekoppeld aan de overgangsregeling WWIK.

Vragen

1. Welke competenties en thema's zijn volgens u het belangrijkste voor het versterken van het ondernemerschap bij kleine culturele instellingen en individuele kunstenaars/creatieve makers?
2. Welke onderwerpen moeten volgens u bij het aanbod van een programma in 2013 en 2014 centraal staan?

E) Leiderschapsprogramma Cultuursector

Het ministerie van OCW levert een bijdrage aan het opzetten van een leiderschapsprogramma. Een eerste verkenning maakt duidelijk dat de behoefte en het draagvlak voor een dergelijk programma binnen de culturele sector groot is. Het programma moet zich richten op talentvolle, veelbelovende jonge managers van instellingen (uit de verschillende cultuurdisciplines) die zich door deelname competenties eigen maken, waarmee zij de toekomstbestendige culturele leiders van morgen kunnen worden. Hierbij komt de nadruk te liggen op ondernemerschap, visieontwikkeling, persoonlijke effectiviteit en praktische vaardigheden (onder andere op zakelijk gebied en governance). Het leiderschapsprogramma is in eerste instantie bedoeld voor instellingen in de basisinfrastructuur en instellingen die meerjarig gefinancierd worden door de andere overheden of publieke cultuurfondsen. Hierbij wordt er naar gestreefd om vanaf het begin de brancheverenigingen te betrekken. Het programma is bedoeld voor 10 tot 15 deelnemers per jaar en duurt 4 jaar. Daarbij zal nadruk komen liggen op het 'voorbeeldfunctie'-principe: de voorgaande

⁶ Cultuur naar vermogen, SEO **Economisch** Onderzoek, 2010

⁷ Zie definitie in voetnoot 4

lichting draagt bij aan de opleiding van de daaropvolgende lichting. Zo wordt ook het netwerk binnen deze nieuwe leiders versterkt en de mobiliteit in de cultuursector gestimuleerd. De uitvoering van het leiderschapsprogramma open worden gesteld met een openbare aanbesteding. Dit programma zal van start gaan in het eerste kwartaal van 2013.

Vragen

1. Wat zijn volgens u de belangrijkste competenties en/of thema's waar het leiderschapsprogramma zich op moet richten?
2. Heeft u opvattingen over de inrichting van het programma?
3. Zijn er naast het 'voorbeeldfunctie'-principe nog andere methoden om vanuit een netwerkperspectief het leiderschap duurzaam te versterken? Zo ja, waaraan denkt u dan?

--/--