

Notitie

Pluspunten

Het potentiële verdienvermogen van jeugdproducenten

NAPK

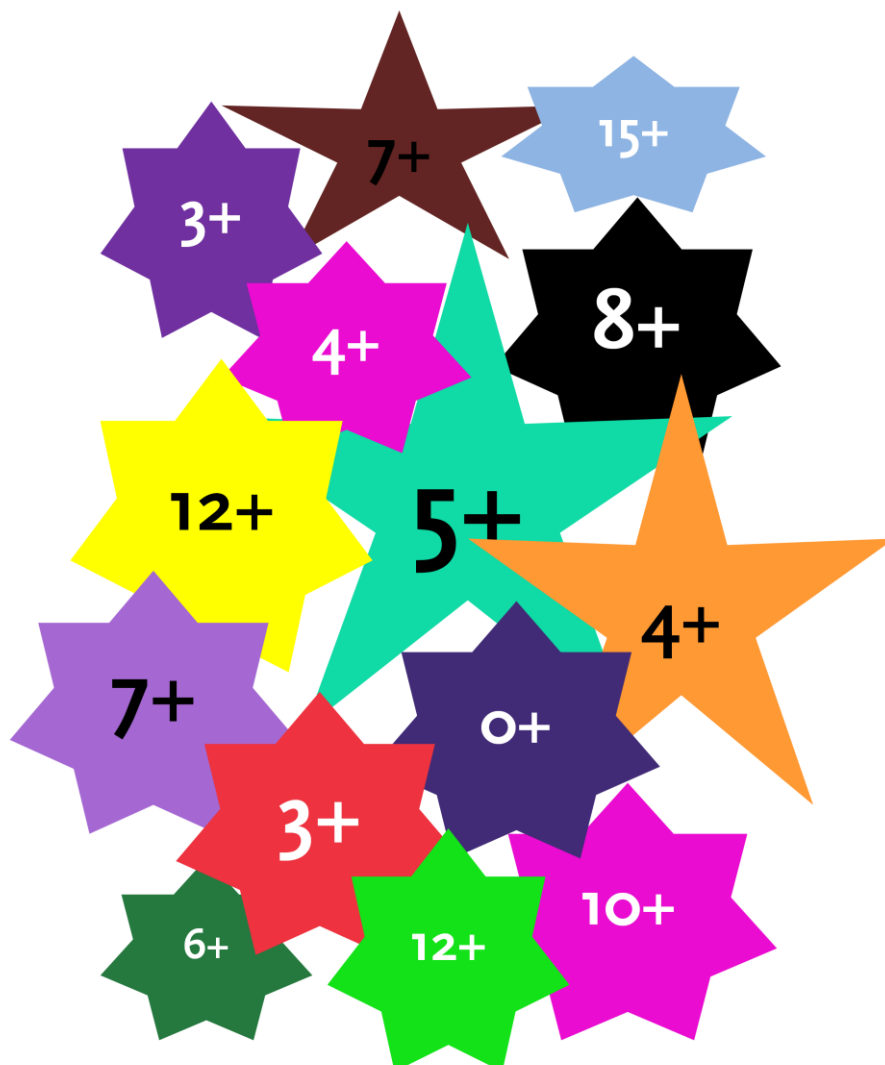
21 maart 2011

2010-044 RP 05

Sarphatistraat 650
1018 AV Amsterdam

T +31 (0)20 550 20 20
F +31 (0)20 550 20 22

consult@LAGroup.nl
www.LAGroup.nl



Inhoud

	Samenvatting	3
1	Inleiding	6
1.1	Aanleiding	6
1.2	Vraagstelling	7
1.3	Kader, onderzoeksgroep en uitgangspunten	7
1.4	Onderzoeksmethoden	9
1.5	Leeswijzer	10
2	Conclusies en aanbevelingen	11
2.1	Conclusies	11
2.2	Strategische en zakelijke aanbevelingen	18
3	Interne analyse	24
3.1	De onderzoeksgroep in beeld	24
3.2	Kwantitatieve en kwalitatieve analyse	25
3.3	Enquête jeugdproducenten	31
4	Externe analyse	40
4.1	Vraag en aanbod	40
4.2	Beleid en beleidsontwikkelingen	48
b1	Geraadpleegde personen & betrokkenen	52
b2	Geraadpleegde documenten	54
b3	Best case - De Kopergietry	55

Samenvatting

Aanleiding onderzoek

Het platform jeugdproducenten van de Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten (NAPK) ziet de sector en de wereld om zich heen veranderen. Naast de eigen inkomstennorm van 17,5% staan er forse bezuinigingen en maatregelen op stapel die een grote impact zullen hebben op de jeugdproducenten.

De NAPK heeft LAgrou *Leisure & Arts Consulting* gevraagd om op kwalitatieve en kwantitatieve wijze het verdienvermogen en de groeipotentie van de structureel gefinancierde jeugdproducenten te onderzoeken.

Uitgangspunten

- De onderzoeksgroep wordt gevormd door gezelschappen (21) en productiehuizen (3) die zich richten op de podiumkunsten voor jeugd en jongeren en die meerjarig worden gefinancierd door in ieder geval het Ministerie van OCW of het Fonds voor Podiumkunsten, en die lid zijn van de NAPK.
- De onderzoeksmethoden zijn onder meer: analyse van de inkomstenstromen van de jeugdproducenten, enquête onder jeugdproducenten, diverse interviews met experts, enquête onder theaterprogrammeurs, een plenaire bespreking en een rondetafelgesprek met de producenten.
- Het percentage eigen inkomsten komt als volgt tot stand: de eigen inkomsten worden gedeeld door de structurele subsidies. Dit is tevens de definitie die OCW hanteert.
- De scope van het onderzoek liet alleen de bestudering van de baten toe, niet van de lasten.
- In verband met de beschikbaarheid van de cijfers zijn alleen de inkomstenstromen van 2009 geanalyseerd. We raden aan om ook de cijfers van 2010, zodra deze beschikbaar zijn, op dezelfde wijze te analyseren.

Hieronder volgen de belangrijkste conclusies en aanbevelingen. Voor de overige conclusies en aanbevelingen en de onderbouwing ervan verwijzen we naar het volledige rapport.

Onzekere toekomst jeugdsector door ingrepen overheid: De jeugdsector kampt met veel onzekerheden door de geplande ingrepen van de overheid, naar het lijkt meer dan andere producenten die actief zijn in de podiumkunsten. Naast de btw-verhoging, die voor alle podiumkunsten geldt, heeft de btw-verhoging een direct effect op scholen – omdat voor hen de btw niet aftrekbaar is – en daarmee ook op de jeugdproducenten. Daarnaast zijn er de afschaffing van de financiering van de Cultuurkaart, het mogelijk wegvallen van steunfuncties en het omzetten van het geormerkte cultuurgeld voor het primair onderwijs naar lumpsum-gelden. We raden de jeugdproducenten aan om in NAPK-verband een bondig document op te stellen om het effect van deze maatregelen op hun bedrijfsvoering in beeld te brengen en dit onder de aandacht te brengen van de landelijke, provinciale en gemeentelijke politiek, en de RvC en FPK.

Spanningsveld tussen culturele en educatieve verantwoordelijkheid: Naast de culturele, artistieke taak hebben jeugdproducenten ook een educatieve verantwoordelijkheid. Dit is voor de jeugdgezelschappen, meer dan voor andere podiumkunsten, een expliciete taak met gevolgen voor hun verdienvermogen. Het spelen op scholen (educatieve taak) loont financieel niet, in tegenstelling tot bijvoorbeeld spelen in het buitenland (vaak artistiek gemotiveerd). Wij zien een spanningsveld tussen deze artistieke en de educatieve taak. Als de structurele financiers deze educatieve taak ook in de toekomst belangrijk vinden, vraagt dit (extra en/of andere) middelen van de samenleving. Het serieus uitoefenen van de *educatieve* taak én het maximaliseren van de eigen inkomsten gaan niet samen. We adviseren daarom de producenten een splitsing te maken in hun verdienmodel voor beide taken en zo voor de financiers duidelijk inzichtelijk te maken met welke taak zij welke en hoeveel eigen inkomsten vergaren.

Strategische keuzes voor het bestel en de programmering – neem zelf het initiatief: De markt waarin de jeugdproducenten werkzaam zijn wordt steeds complexer. We zien een toenemende *overall* druk op de uitkoopsommen, prijsverhoging van entreekaarten (in vrije circuit door btw-verhoging) en de daarmee gepaard gaande mogelijke uitval van bezoekers. Hierdoor wordt de toenemende concurrentie van commerciële aanbieders (vooral vrije voorstellingen in de grote zaal) en van kleine zelfstandigen/zzp'ers (vooral schoolvoorstellingen) alleen maar sterker. De toekomst vraagt om een collectieve strategische houding van de jeugdproducenten ten aanzien van de ruimte die de markt *biedt* en die de producenten *krijgen* (van de financiers). We adviseren een verkenning uit te voeren naar (vergaande) samenwerkingsmogelijkheden tussen jeugdproducenten onderling, met podia, volwassenenproducenten et cetera, om te onderzoeken wat de mogelijkheden zijn van het verdienvermogen van de producenten en hun potentiële partners. In het rapport is inzicht gecreëerd in de bepalende criteria die verschil maken bij de eigen inkomsten; we raden aan op basis van criteria een blauwdruk te ontwikkelen voor een businessmodel, zodat de producenten van elkaar kunnen leren. Zo kan er ook onderling afgestemd worden om overlap te voorkomen. Ten slotte raden we aan de werkwijze en strategie van buitenlandse *best cases* te bestuderen en ook theater, dans en muziek onderling nader te vergelijken.

Eigen inkomsten gemiddeld ruim voldoende: 80% van de onderzochte producenten was in 2009 in staat om te voldoen aan de eigen inkomstennorm van 17,5% die OCW hanteert, vier producenten (20%) zijn hiertoe niet in staat, zij behaalden een percentage eigen inkomsten dat varieert van 9% tot 17%. De helft behaalde in 2009 een percentage van meer dan 30% en was daarmee vrijgesteld van de gestelde norm.

Culture of giving en culture of asking: De helft van de producenten was in 2009 voor meer dan 80% van de eigen inkomsten afhankelijk van de voorstellingsverkoop. Ook in de toekomst zal dit de belangrijkste inkomstenbron blijven. De producenten halen vrijwel geen inkomsten uit sponsoring en vriendenverenigingen, geen enkele producent wordt structureel gesponsord. Op het gebied van sponsoring zijn er kansen voor (micro)mecenassen uit de regio (zowel organisaties als particulieren). Werving van private fondsen gaat de producenten beter af: 70% vergaarde in 2009 inkomsten uit private fondsen. Voor 30% zijn private fondsen echter onontgonnen gebied; deze groep vergaart hieruit geen inkomsten en kent de wegen naar relevante fondsen onvoldoende.

In het rapport zetten we uiteen hoe de producenten zelf actie kunnen ondernemen door het aanboren van alternatieve inkomstenbronnen om zo hun financiële risico's te spreiden. Het is daarbij ook aan de rijksoverheid om de instellingen te begeleiden en een gunstig belastingklimaat te scheppen voor het financieel ondersteunen van de kunsten.

Kansen voor versterking regiofunctie door onder andere cultural partnerships: In hun eigen regio (buiten hun standplaats) haalden de producenten de meeste bezoekers; velen van hen hebben ook de wens deze regiofunctie verder te ontwikkelen. Hiervoor is een eigen theater en/of intensieve samenwerking met nabijgelegen theaters belangrijk. Dit is echter niet altijd even goed mogelijk. Regioversterking kan ook door het aangaan van langdurige en intensieve relaties met scholen in de regio: *cultural partnerships*. Dit biedt kansen om meer vraaggericht te werken, een compleet lesprogramma aan te bieden, theater/dans in te zetten om maatschappelijke thema's aan de orde te stellen en alternatieve financieringsbronnen aan te spreken.

Coproducties en samenwerking: het (meer) aangaan van coproducties levert voordelen op aan de inkomstenkant, in het bijzonder bij grotezaalproducties. Daarnaast biedt het voordelen voor de marketing (inspanning, bereik doelgroepen, naamsbekendheid) en kan makkelijker aanspraak worden gemaakt op andere geldstromen. Tevens biedt samenwerking met (maatschappelijke) organisaties inhoudelijke kansen voor coproducties en de financiering ervan.

Kansen voor het aanbod: Bij de verkoop van vrije en schoolvoorstellingen is uitkoop gebruikelijk. Uitkoop is niet risicovol, maar er is geen *incentive* voor de producent om zo veel mogelijk bezoekers te werven. We raden daarom aan om meerdere opties te bekijken naast het systeem dat nu het meest gebruikelijk is.

1

Inleiding

1.1 Aanleiding

De Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten (NAPK) is de nieuwe naam voor een actieve branchevereniging die opkomt voor de belangen van de producerende podiumkunsten. Zij is gericht op verschillende disciplines binnen de podiumkunsten, waaronder de jeugdproducenten.

Politieke en economische ontwikkelingen

Door de huidige politieke, economische en maatschappelijke ontwikkelingen is de kunst- en cultuursector meer dan ooit genoodzaakt om goed naar zichzelf te kijken en een actieve houding aan te nemen, om zo adequaat op de bezuinigingen en andere ontwikkelingen te kunnen reageren. Voor het platform jeugdproducenten van de NAPK gaf in eerste instantie de eerder geplande eigen inkomstennorm van 17,5% bij aanvang van de volgende kunstenplanperiode aanleiding om een proactieve houding aan te nemen en het initiatief tot dit onderzoek te nemen.

De maatregelen van het kabinet

Het ministerie van OCW heeft in de vorige cultuurnotaperiode aan de Raad voor Cultuur (RvC) gevraagd en de werkgroep NIBIS ingesteld om advies uit te brengen over de eigen inkomstennorm. In het verleden was 15% de geldende inkomstennorm, waarvan de jeugdproducenten overigens waren vrijgesteld. In het nieuw uitgebrachte advies pleit NIBIS voor een gelijk percentage voor alle instellingen in de basisinfrastructuur (BIS). De RvC pleit in een vervolgadvis van 28 oktober 2009 voor meer ruimte om de eigen inkomstennorm genuanceerd en gedifferentieerd toe te passen. Het ministerie heeft toentertijd besloten de 17,5%-regeling in te stellen voor alle BIS-instellingen en geen differentiatie toe te passen, wat inhoudt dat de jeugdproducenten ook aan dit percentage moeten voldoen. Het vorige kabinet introduceerde de 17,5% als eigen inkomstennorm, waarbij er sprake van was dat de inkomsten vanaf het volgende kunstenplan – gepland voor de periode 2013-2016 – jaarlijks met 1% zouden moeten groeien tot 20,5% in 2016. Het huidige kabinet heeft in het regeerakkoord forse bezuinigingen en nieuwe maatregelen gepresenteerd die een grote invloed zullen hebben op de dagelijkse praktijk van de jeugdproducenten. Denk aan de welbekende bezuinigingen van € 200 miljoen, de btw-verhoging van 6% naar 19%, afschaffing van de (financiering van de) Cultuurkaart en de matchings- en innovatieregelingen. Ook geeft de Staatssecretaris van Cultuur, in zijn adviesaanvraag cultuurbeleid van 17 december 2010 aan de Raad voor Cultuur, aan dat de eigen inkomstennorm van 17,5% als minimum toelatingseis gaat gelden bij aanvang van het nieuwe kunstenplan. In deze adviesaanvraag vraagt de Staatssecretaris van Cultuur aan de Raad voor Cultuur om ‘aan te geven of er plaats is voor het jeugdtheater in de Basisinfrastructuur’.

De bovengenoemde maatregelen hebben, bij elkaar opgeteld, een grote impact op de jeugdproducenten. Om te illustreren hoe de visie van het kabinet is omgeslagen, volgt een citaat uit een interview in Theatermaker met Bart de Liefde, woordvoerder cultuur van de VVD in de Tweede Kamer:

“Er zijn afspraken gemaakt over een procent per jaar meer, naar 17,5 procent eigen inkomsten. Als ik dat aan een ondernemer vertel, dan lacht hij zich helemaal kapot. Ik beseef heel goed dat bepaalde gezelschappen en bepaalde onderdelen van de sector nooit winstgevend zullen kunnen zijn. Dat snap ik helemaal. Maar zelfs dan vinden wij als VVD 17 tot 30 procent niet realistisch. Het uitgangspunt moet zijn dat een instelling zijn eigen broek kan ophouden. Maar er zijn altijd uitzonderingen. In dat geval kan de overheid subsidiëren. In zo'n geval vind ik tachtig procent wenselijker dan de 17,5 procent eigen inkomsten die er nu voor staan.”¹

Het onderzoek

Het platform jeugdproducenten van de NAPK ziet de sector om zich heen veranderen. Zij is van mening dat de gezelschappen met veel aandacht naar hun strategische (financiële) beleidsvoering moeten kijken en heeft daarom besloten de inkomstenstromen van de jeugdproducenten uitgebreid onder de loep te nemen. Het platform heeft LAGroup in de loop van 2010 gevraagd om een breed uitgezet onderzoek uit te voeren onder de jeugdproducenten, om zo te onderzoeken hoe het verdienvermogen van de jeugdproducenten momenteel in elkaar steekt en hoe dit wellicht geoptimaliseerd kan worden. Door de aangekondigde maatregelen van het kabinet is de focus van het onderzoek gedurende de looptijd van het onderzoek verbreed.

1.2 Vraagstelling

De volgende vraag staat centraal in het onderzoek:

Onderzoek op kwalitatieve en kwantitatieve wijze het verdienvermogen en de groeipotentie van de structureel gefinancierde jeugdproducenten. Analyseer hiertoe de huidige kengetallen en inkomstenstromen en die uit het recente verleden van de jeugdproducenten. Plaats de resultaten van het onderzoek in de context van de markt (zoals bezoekers, theaters en scholen), het politieke beleid en de economische ontwikkelingen. Geef op basis van de resultaten concrete aanbevelingen voor de kansen en mogelijkheden van het toekomstige verdienvermogen van de jeugdproducenten.

1.3 Kader, onderzoeksgroep en uitgangspunten

Hieronder geven wij de afbakening van het onderzoek weer.

De onderzoeksgroep

Jeugdproducenten vormen de onderzoeksgroep. Hieronder wordt voor dit onderzoek verstaan: productiehuzen en gezelschappen die zich richten op de podiumkunsten theater, dans en muziek voor jeugd en jongeren, en die meerjarig worden gesubsidieerd door het ministerie van OCW, het Fonds voor Podiumkunsten, en/of provincie en/of gemeente.

¹ Theatermaker. februari 2011.

Omdat de cijfers van de NAPK uit SAINT en DAS² een belangrijk vertrekpunt van het onderzoek vormen, is het lidmaatschap van het platform jeugd van de NAPK een uitgangspunt. Met het onderzoek wordt niet getracht de gehele aanbodmarkt van Nederlandse jeugdproducenten in kaart te brengen. Er zijn diverse gezelschappen die ook voorstellingen voor jeugd en jongeren maken, maar die geen deel uitmaken van het onderzoek.

De leden van de NAPK

Het merendeel van de leden van het platform jeugd van de NAPK heeft meegewerkt aan het onderzoek. Een overzicht is opgenomen in bijlage 1. De leden van het platform jeugd van de NAPK zijn voor wat betreft de *voornaamste* financiers ingedeeld in de volgende categorieën:

- basisinfrastructuur OCW: Theater jeugdgezelschap (alle 9), Dans jeugdgezelschap (alle 4), Productiehuizen die specifiek zijn gericht op jeugd en jongeren (3);
- Fonds Podiumkunsten: theatergezelschappen die specifiek zijn gericht op jeugd en jongeren (8).³

Term producent versus gezelschap

De termen producent en gezelschap, al dan niet met het voorvoegsel jeugd, worden door elkaar gebruikt en hebben betrekking op zowel de gezelschappen als de productiehuizen die producties ontwikkelen voor jeugd en jongeren.

Definitie eigen inkomsten

In het onderzoek hanteren we onderstaande definities wat betreft de eigen inkomsten van de jeugdproducenten. Deze definitie sluit aan bij de definitie die OCW hanteert bij de berekening.

Eigen inkomsten:

- a. publieksinkomsten;
- b. inkomsten uit het VSBfonds;
- c. andere eigen inkomsten (niet zijnde publieksinkomsten of inkomsten uit het VSBfonds), te weten:
 1. directe opbrengsten: sponsorinkomsten en overige inkomsten;
 2. indirecte opbrengsten, en
 3. overige subsidies/bijdragen voor zover het bijdragen uit private middelen betreft.

Berekening percentage eigen inkomsten

Het percentage eigen inkomsten wordt berekend door de eigen inkomsten te delen door de structurele subsidie (van OCW/ Fonds Podiumkunsten, provincie en/of gemeente). Alle incidentele publieke gelden van EU, rijk, provincie, gemeente en de publieke fondsen worden uitgesloten. Deze incidentele gelden worden dus noch gerekend tot eigen inkomsten, noch meegenomen in de berekening van het percentage.

2 SAINT en DAS zijn instrumenten die de NAPK heeft ontwikkeld om gegevens te verzamelen. Via deze twee instrumenten worden financiële, bezoek-, voorstellings- en spreidingsgegevens van de theatersector verzameld en inzichtelijk gemaakt.

3 Dit aantal is exclusief Stip Producties, die als lid van de NAPK wel heeft meegewerkt aan het onderzoek, maar in functie van impresariaat, en niet in functie van producent.

Uitgangspunten

Voor de eigen inkomstennorm geldt voor OCW dat de eigen inkomsten, over de vierjarige cultuurnotaperiode uitgestreken, gemiddeld 17,5% dienen te zijn. Dat betekent dat



wanneer in drie jaar steeds 13% wordt behaald, toch aan de norm van 17,5% kan worden voldaan, namelijk door in het vierde jaar 31% te behalen. Om een optimaal beeld te krijgen van de jeugdproducenten is een onderzoek over een periode van vier jaar (2009-2012) daarom optimaal. Terugkijken naar de vorige cultuurnotaperiode is minder relevant, omdat de economische, politieke en maatschappelijke situatie toen geheel anders was, er niet van alle gezelschappen informatie voorhanden is en diverse gezelschappen in die periode een andere samenstelling kenden.

De huidige cultuurnotaperiode loopt nu twee jaar (2009 en 2010). Echter zijn van 2010 de cijfers in de database van de NAPK (SAINT/DAS) nog niet beschikbaar. Als uitgangspunt voor het onderzoek gelden daarom de cijfers van het jaar 2009. We raden aan om in de zomer van 2011, wanneer de cijfers van 2010 in de database beschikbaar zijn, het onderzoek te updaten met de cijfers van 2010.

1.4 Onderzoeksmethoden

Ter beantwoording van de vraagstelling hebben we onder meer de volgende stappen (deels parallel aan elkaar) ondernomen:

Interne analyse

- kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de cijfers zoals ingevoerd in SAINT en DAS; (Voor dit onderzoek zijn alleen de cijfers voor 2009 geanalyseerd met als gevolg dat het onderzoek alleen een beeld geeft voor één jaar. Het was niet zinvol om de cijfers van de jaren hiervoor te analyseren, omdat ze maar gedeeltelijk beschikbaar waren en omdat deze jaren onder een andere Cultuurnota-/Kunstenplanperiode vielen. Daarnaast was de economische situatie anders. Om een meer gefundeerd beeld te krijgen, raden we aan om de cijfers voor 2010, wanneer deze beschikbaar zijn, ook te analyseren, zodra deze via SAINT en DAS beschikbaar zijn.)
- online raadpleging van de jeugdproducenten om onder meer de cijfers te verdiepen;
- onderzoek van *best case* De Kopergieterij, zie bijlage 3.

Externe analyse

- deskresearch met betrekking tot context en beleid;
- interviews met professionals van het ministerie van OCW, de Raad voor Cultuur en Fonds Podiumkunsten (voor namen zie bijlage 1);
- een analyse van de (potentiële) bezoekers;
- online raadpleging van programmeurs van theater & festivals;
- interviews met experts op het gebied van kunsteducatie (voor namen zie bijlage 1).

Synthese en verdieping

- een verdiepend rondetafelgesprek met tien jeugdproducenten;
- bespreking conceptrapportage met de stuurgroep;
- eindrapportage.

Vanwege de beperkte financiële middelen maakt een onderzoek naar de verschillende businessmodellen van de jeugdproducenten en een vergelijking van het bijbehorende verdienvermogen, geen deel uit van dit onderzoek.

Het onderzoek is uitgevoerd door en onder verantwoordelijkheid van Stephen Hodes en Anneke Jenniskens van LAgrou *Leisure & Arts Consulting*. De kwantitatieve en kwalitatieve analyse is tot stand gekomen in samenwerking met Marcus Cohen van de NAPK, die gegevens uit SAINT en DAS aanleverde, ordende, bewerkte en analyseerde. Het rapport en de bijlagen vormen een geheel. Indien het rapport ter beschikking wordt gesteld aan derden, dient dat in zijn geheel te geschieden. Bij het onderzoek en de samenstelling van dit rapport is uiterste zorgvuldigheid betracht. Daarbij is uitgegaan van de waarheidsgetrouwheid van door de opdrachtgever, door betrokken cultuurinstellingen en door derden verstrekte informatie.

1.5 Leeswijzer

We hebben ervoor gekozen het rapport te beginnen met de conclusies en aanbevelingen in hoofdstuk 2. Daarna, in hoofdstuk 3 en 4, is de kern van het onderzoek opgenomen met in hoofdstuk 3 de interne analyse en in hoofdstuk 4 de externe analyse. Voor de lezer met weinig tijd volstaan de conclusies en aanbevelingen.



2

Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk presenteren we de conclusies en aanbevelingen. Deze komen voort uit de kern van het onderzoek, de hoofdstukken 3 en 4.

We geven conclusies en aanbevelingen op drie niveaus:

- intern – de individuele jeugdproducent;
- intern – de jeugdproducenten gezamenlijk;
- extern – andere partijen, zoals OCW, Raad voor Cultuur en overige financiers.

2.1 Conclusies

In deze conclusies geven we antwoord op de volgende vragen, die zijn afgeleid uit de vraagstelling, zoals geïntroduceerd in hoofdstuk 1:

- Wat is de huidige verdien capaciteit van de onderzochte jeugdproducenten?
- Waarvan is de huidige verdien capaciteit afhankelijk?

2.1.1 Context

Door ingrepen overheid veel onzekerheid in de toekomst

Er kan worden gesteld dat de jeugdsector met veel onzekerheden kampt door de geplande ingrepen van de overheid, naar het lijkt meer dan andere die actief zijn in de podiumkunsten. Voor alle podiumkunsten geldt de btw-verhoging, waarvan de theaters hebben aangegeven die direct op de consument te verhalen. De btw-verhoging heeft ook direct effect op de scholen, die zijn vrijgesteld van btw, waardoor voorstellingen voor hen duurder worden of voorstellingen goedkoper moeten worden aangeboden. Daarnaast zijn er de mogelijke afschaffing van de financiering van de Cultuurkaart, het wegvallen van de steunfunctie, het omzetten van het geormerkt cultuurgeld voor het primair onderwijs naar lumpsum-gelden en scholen die geen btw hoeven af te dragen. Door de ingrepen en uitspraken van de rijksoverheid wordt druk gelegd op het aanboren van alternatieve inkomstenbronnen, zoals private fondsen, bedrijven, mecenasen en particuliere sponsoring. Voor de producenten is dit (deels) nog onontgonnen gebied. Het aanboren van alternatieve inkomstenbronnen is ook belangrijk vanuit het oogpunt van financiële risicospreiding. De huidige cijfers laten zien dat veel jeugdproducenten financieel afhankelijk zijn van een (zeer) beperkt aantal inkomstenbronnen.

Spanningsveld tussen culturele en educatieve verantwoordelijkheid

De jeugdgezelschappen zijn opgenomen óf in de cultuurnota (BIS) van het ministerie óf bij het Fonds voor Podiumkunsten. Naast de culturele, artistieke taak hebben zij als jeugdgezelschappen ook een educatieve verantwoordelijkheid, namelijk educatie op en voor scholen om zo bij te dragen aan de verrijking van Nederlandse jeugd en jongeren. Dit is voor de jeugdgezelschappen, meer dan voor andere podiumkunsten, een expliciete taak met gevolgen voor hun verdienvermogen. In de strategiebepaling en uitvoering van hun dagelijkse werkzaamheden, ook met het oog op cultureel ondernemerschap, is er een spanningsveld tussen deze artistieke taak enerzijds en de educatieve taak

anderzijds. Met name de jeugdproducenten die veel *op* scholen spelen en, in mindere mate, *voor* scholen, kunnen rekenen op een laag of lager percentage eigen inkomsten.

Huidige businessmodellen zeer divers

De businessmodellen van de jeugdproducenten zijn zeer divers. Dit uit zich, naast de verschillende opdrachten die de producenten op zich nemen, in het aantal producties en speelbeurten, het aandeel schoolvoorstellingen, locatie en zaaltype, verhouding buitenland/binnenland, et cetera. Er is geen sprake van één enkel perfect functionerend businessmodel; wel hebben sommige businessmodellen tot gevolg dat de eigen inkomsten lager liggen dan bij andere. Gedurende dit onderzoek hebben we inzicht gekregen in een veelheid aan businessmodellen. Het gaat voor dit onderzoek te ver alle afzonderlijke modellen die de producenten hanteren in kaart te brengen. Wel is inzicht gecreëerd in de bepalende criteria die verschil maken bij de eigen inkomsten, waardoor verklaard kan worden waarom bepaalde producenten hoog of juist laag scoren. Wij gaan daar hieronder nader op in.

Best case

Het blijkt niet eenvoudig te zijn om in contact te komen met commerciële producenten in Nederland; zij zijn niet bereid hun businessmodel beschikbaar te stellen. Vanuit hun commerciële insteek is dat begrijpelijk. Producenten in het buitenland blijven dan over als interessante partijen om van te leren. Er is hiertoe gesproken met de Kopergietery uit Gent. Het Vlaamse systeem is weliswaar anders ingericht en de opdracht die de Kopergietery heeft wijkt af van de Nederlandse producenten, maar er kan wel van deze partij worden geleerd. Een aantal punten lichten we eruit. De Kopergietery speelt interdisciplinair (toneel, dans en muziek), veel in de eigen zaal, speelt producties *met* kinderen en jongeren (dus niet alleen *voor* kinderen en jongeren) en met professionele acteurs en organiseert theaterateliers (waar kinderen en jongeren met professionals werken aan theaterprojecten, die soms uitgroeien tot volwaardige producties). Door deze aanpak wordt een sterke binding gecreëerd met de kinderen en jongeren uit de stad en regio. Daarnaast is het gezelschap een van de weinige grote spelers in de regio met een eigen zaal. De Kopergietery is in staat om met voorstellingsverkoop een hoog percentage eigen inkomsten te genereren, namelijk 50%. Dit komt onder meer doordat zij sterke prijsdifferentiatie toepast, relatief weinig *op* scholen speelt, maar wel veel *voor* scholen in eigen huis, en veel in Vlaanderen en het buitenland toert.

2.1.2 Vraag en aanbod

Toenemende concurrentie bij schoolvoorstellingen

Experts geven aan dat scholen bij de keuze van een voorstelling meestal niet laten meewegen of een gezelschap gesubsidieerd is of niet. Voor scholen is prijs soms belangrijker dan de artistieke kwaliteit. Er is mede hierdoor een toenemende concurrentie van zzp'ers en kleine zelfstandigen bij schoolvoorstellingen, met name bij het spelen *op* scholen. Door de geringe overhead en vaak kleine opzet van de voorstelling rekenen kleine zelfstandigen een (veel) lagere uitkoopsom. Van de gesubsidieerde gezelschappen hebben scholen soms het beeld dat zij een kostbaar en compleet product verkopen dat artistiek goed, maar autonoom is. Kleine zelfstandigen stellen de specifieke vraag van de

school vaker voorop; hun voorstellingen zijn vaak klein van opzet en door hun flexibiliteit kunnen zij gemakkelijk maatwerk leveren, dat bovendien vaak goedkoper is. Vooral voor de lage groepen van het primair onderwijs, waar de voorstelling eenvoudiger van aanpak mag zijn, is deze insteek wel begrijpelijk. Er zijn twee keuzes: 1) als gesubsidieerde instelling eenvoudigere voorstellingen ontwikkelen die kwalitatief goed zijn, maar wel aansluiten bij de prijs die scholen er voor over hebben en daarmee lage eigen inkomsten op de koop toe te nemen; 2) ervoor kiezen minder voor scholen te spelen.

Een voorbeeld: een basisschool in Nederland heeft op basis van het geormerkte bedrag van € 10,90 per leerling gemiddeld € 2.500 per school beschikbaar voor kunst en cultuur. Een school kan kiezen waaraan zij dit bedrag besteedt, aan bijvoorbeeld beeldende kunst, theater/dans of audiovisueel. De cijfers van de NAPK laten zien dat een schoolvoorstelling door een relatief kleine groep kinderen wordt bezocht. Uitgaande van een voorstelling op school, met een uitkoopsom van € 1.000, laat dit zien dat deze keuze weinig bestedingsruimte overlaat voor andere kunstvormen. Waarvoor kiest een school in zo'n geval? Voor een zpp'er die voor € 200 een voorstelling speelt, of een theatervoorstelling van € 1.000?

Concurrentie met commerciële aanbieders (voornamelijk in grote zaal)

Er is een toename van groots opgezette familievoorstellingen met opvallende titels, vaak uitgevoerd door commerciële aanbieders. Deze familievoorstellingen, zoals Kabouter Plop en MegaMindy, borduren niet zelden voort op een bestaand (sterk) merk. Familievoorstellingen van commerciële aanbieders gaan (met name in de grote zaal) de concurrentie aan met de gesubsidieerde producenten. Door de economische crisis en de bezuinigingen worden theaters voorzichtiger, waardoor een redelijke kans bestaat dat theaters minder vaak artistieke voorstellingen programmeren in de grote zaal en sneller kiezen voor de commerciële aanbieders. Met een grotezaalproductie moet publiek worden aangetrokken dat niet tot de vaste doelgroep behoort. Dat is eenvoudiger met een bestaand sterk merk (*catchy* titel, achtergrond als tv-serie, BN'ers), omdat de communicatie/publiciteit op meer aspecten van een merk leunt dan alleen de theatervoorstelling. De commerciële partijen zijn bereid deze punten mee te nemen bij de keuze van een productie.

Kans aanwezig dat er minder vraag is om in theaters te spelen

Door het (mogelijk) wegvallen van (een deel van) de steunfuncties, de btw-verhoging in het theater en de lumpsumgelden voor scholen is het redelijkerwijs te verwachten dat er minder vraag komt naar schoolvoorstellingen in het theater. Omdat de scholen door het wegvallen van steunfuncties de tijd, de kennis en de expertise zelf niet in huis hebben om (ook logistiek) te regelen dat leerlingen van diverse scholen gezamenlijk naar een artistiek interessante voorstelling in een theater kunnen gaan, en het uitkoopbedrag niet kunnen of willen betalen, zullen zij vaker gezelschappen op school uitnodigen. Dit is een gemis voor de jeugd, degenen voor wie het belangrijk is kennis te maken met een artistieke theaterervaring.

Er lijkt overaanbod in een afnemende (vrije) markt

De toenemende druk op de uitkoopsommen bij vrije voorstellingen en voorstellingen op school, de druk op de financiering van culturele activiteiten door de scholen, de prijsverhoging van de entreekaarten en de daarmee gepaard gaande mogelijke uitval van bezoekers en het groeiend aantal zzp'ers die actief zijn op dit terrein, geven een indicatie dat er sprake is van een overaanbod van jeugdproducties. Dit werd tijdens de rondetafel-bijeenkomst bevestigd.

Ruimte in de vraag

Veel BIS-gezelschappen richten zich op het aanbod voor 8-12 jaar, juist de moeilijkste doelgroep. Voor deze hogere groepen van het primair onderwijs concurreert theater met andere vrijetijdsvoorzieningen (bijvoorbeeld de actieve kunstbeoefening, populaire cultuur en sport). Theaters en experts geven aan dat er kansen zijn in het vrije circuit voor peuters, maar ook voor kleuters (4 à 5 jaar). Zij zijn een relatief makkelijke doelgroep voor vrije voorstellingen; bij dergelijke voorstellingen gaat de hele familie mee. Experts geven aan dat de commerciële producenten hierin financieel succesvol zijn, onder meer doordat zij een minder artistiek complex product hebben ontwikkeld waarmee zij succes oogsten.

Focus op regio

De gezelschappen spelen over het algemeen in het hele land. Zij halen relatief gezien de meeste bezoekers in hun eigen regio, buiten hun standplaats. Hier sluit het aanbod het best aan op de vraag: zijn de bezettingsgraden over het algemeen het hoogst. We merken dat veel gezelschappen de wens hebben om de regiofunctie verder te ontwikkelen. Het gaat dan om contact met de jeugd en jongeren in hun vrije tijd en onder schooltijd. Dit blijkt niet altijd even goed mogelijk. Zo zijn de gezelschappen zonder eigen zaal afhankelijk van de theaters in hun standplaats en regio die hun voorstellingen en activiteiten willen afnemen. In de programmering van de theaters is deze ruimte er niet altijd, of het theater wil de ruimte niet maken. Een sterke binding met de eigen standplaats en eigen regio is het best mogelijk wanneer een eigen zaal voorhanden is waar scholen kunnen worden ontvangen en/of wanneer nabijgelegen theaters zich bereid tonen met de jeugdproducent te investeren in de jeugd.

***Traditionele doelgroepen via traditionele kanalen***

De producenten maken nog niet optimaal gebruik van vernieuwende manieren om doelgroepen te bereiken en nieuwe doelgroepen aan te boren. Zij richten zich vooral op traditionele doelgroepen en gebruiken hiervoor de traditionele kanalen. De producenten hebben bijvoorbeeld de meeste inhoudelijke kennis over hun doelgroep (Wat vindt de doelgroep leuk? Waar reageert de jeugd goed op?), maar het zijn de theaters en niet de producenten die de marketinggegevens over de doelgroep in huis hebben. Ook liggen er kansen voor het direct aanspreken van nieuwe doelgroepen, zoals (groot)ouders en (kinderen van werknemers van) bedrijven.

2.1.3 Eigen inkomsten

Eigen inkomsten gemiddeld ruim voldoende

Het merendeel, namelijk 80%, van de onderzochte producenten is in 2009 in staat om te voldoen aan de eigen inkomstennorm van 17,5% die OCW hanteert. De resterende vier onderzochte producenten zijn hiertoe in verschillende mate in staat, variërend van 9% tot 17%. Al deze vier producenten bevinden zich in de categorie BIS-theatergezelschap. Uitgaande van een gelijkblijvend resultaat, zijn er bij ingang van de nieuwe cultuurnota twaalf producenten (54%) vrijgesteld van de gestelde norm, omdat zij een eigen inkomstennorm van meer dan 30% behalen. Als 17,5% als toelatingseis gaat gelden, dan zullen vier producenten hier niet aan kunnen voldoen.

Tabel 1: eigen inkomsten (e.i.) naar categorie

categorie	gemiddelde % e.i.
BIS theater (n=9)	20%
BIS dans (n=4)	52%
BIS productiehuis (n=3)*	40%
Fonds (n=6)**	76%
* Oorkaan vertekent het gemiddelde positief, zonder Oorkaan bedraagt het gemiddelde 27%	
** Theater Terra vertekent het gemiddelde positief, zonder Terra bedraagt het gemiddelde 45%.	

Voorstellingsverkoop goed voor groot deel eigen inkomsten

De eigen inkomsten zijn over het algemeen afhankelijk van de voorstellingsverkoop. De helft van de producenten is voor meer dan 80% van de eigen inkomsten van de voorstellingsverkoop afhankelijk. Naar verwachting zullen de inkomsten uit voorstellingsverkoop ook in de toekomst de belangrijkste bron van inkomsten blijven. Daarnaast moet opgemerkt worden dat de publieksinkomsten per bezoeker over het algemeen laag zijn in vergelijking met andere podiumkunstinstanties zoals toneel, dans en muziek. De jeugdproducenten halen gemiddeld € 10 per bezoeker, met uitzondering van twee uitschieters naar boven, die gemiddeld € 22 halen.

Het spelen op en voor scholen beperkt het verdienvermogen

De eigen inkomsten van de gezelschappen die veel op scholen spelen zijn laag in vergelijking met de meeste andere producenten. Het gaat om drie BIS-instellingen en twee van hen zijn gevestigd in de regio oost en noord, zij spelen 49% tot 71% van al hun voorstellingen in Nederland op scholen (in 2009). Deze gezelschappen besteden relatief veel aandacht aan hun educatieve taak. *Financieel* gezien loont het spelen op scholen echter niet. De uitkoopsom van een schoolvoorstelling is over het algemeen zeer laag. De gezelschappen kunnen met een hoger bedrag de onderhandeling met een school niet winnen, enerzijds door het beperkte budget van de scholen en anderzijds door de concurrentie met onder andere de kleine zelfstandigen. Overigens is de uitkoopsom van de dansgezelschappen over het algemeen hoger dan die van de theatergezelschappen.

Veel voorstellingen in het buitenland spelen is lucratief

De producenten spelen relatief vaak in het buitenland, gemiddeld zo'n 15% van alle voorstellingen. Of en de mate waarin de producenten in het buitenland spelen wordt vastgelegd in de prestatieafspraken met OCW of het Fonds Podiumkunsten. Zij hebben, afhankelijk van de voorgenomen strategie van een gezelschap, een positieve houding ten aanzien van de positionering van Nederlands jeugdtheater en -dans in het buitenland. Over het algemeen liggen de uitkoopsommen in het buitenland hoger dan in Nederland

en ontvangen de producenten een hogere onkostenvergoeding (reis- en verblijfskosten) en een per diem. Hierdoor heeft spelen over de grens een positief effect op het percentage eigen inkomsten (wat overigens niets zegt over de lasten). De cijfers van de NAPK laten zien dat gezelschappen met een hoog eigen inkomstenpercentage over het algemeen relatief vaak in het buitenland spelen. Dat doen zij voornamelijk gedurende het theaterseizoen (dus niet in de zomermaanden). Naast de financiële overweging kan de keuze om geregeld in het buitenland te spelen ook vanuit artistieke beweegredenen (de culturele taakstelling) goed worden gemotiveerd. Aan de andere kant kunnen we ons voorstellen dat het voor sommige gemeenten en provincies minder relevant is dat 'hun gezelschap' de subsidiegelden inzet voor een buitenlands publiek. Stel dat de eisen voor de eigen inkomsten worden aangescherpt, dan is het (hypothetisch) verstandig om naar het buitenland uit te wijken en zo een *boost* te geven aan de eigen inkomsten. Het is echter de vraag in hoeverre het Nederlandse publiek daarmee gediend is.

Uitkoop - macht der gewoonte?

Bij de verkoop van vrije en schoolvoorstellingen is uitkoop gebruikelijk. De uitkoopsom van schoolvoorstellingen ligt over het algemeen laag. Maar ook de uitkoopsom van vrije voorstellingen in de theaters ligt geregeld te laag; het komt voor dat producenten voor een uitkoopsom van een euro per leerling spelen. In Vlaanderen worden overigens hogere uitkoopsommen geïnd. Dit kan deels worden verklaard doordat in Vlaanderen de theaters bijdragen aan het toeren van gezelschappen door het betalen van hogere uitkoopsommen dan in Nederland gebruikelijk is. De komst van meer bezoekers heeft voor de producenten, door de vaak voorkomende uitkoopconstructie, geen positief effect op de inkomsten uit voorstellingsverkoop voor de producenten. Hiermee is er voor de meeste gezelschappen geen financiële *incentive* om meer bezoekers te trekken, wat bij partage wel het geval is. Ook heeft prijsverhoging van kaarten van vrije voorstellingen geen effect op de eigen inkomsten van de gezelschappen.

Weinig partage in het spel

Slechts enkele producenten spelen op partage – eigenlijk altijd 80/20 – met daarbij soms een garantie. Partage is voornamelijk interessant voor een gezelschap wanneer de grote zaal wordt bespeeld, dat bijvoorbeeld Theater Terra dienstelijk doet. De gangbare constructie 80/20 is echter voor producenten, zeker zonder garantie, bijna nooit financieel interessant voor voorstellingen in de kleine en middenzaal, waar het merendeel van hun voorstellingen worden gespeeld.

Weinig inkomsten uit sponsoring en vriendenverenigingen

De producenten halen vrijwel geen inkomsten uit sponsoring en vriendenverenigingen. Twee derde van de producenten wordt helemaal niet gesponsord en geen enkele producent wordt *structureel* gesponsord. Slechts 10% van de onderzochte producenten heeft een vriendenvereniging, wat hen jaarlijks ongeveer € 1.000 oplevert, een fractie van hun totale eigen inkomsten. Sponsoring en vriendenverenigingen blijken weinig prioriteit te hebben bij de producenten. Dit kan deels worden verklaard doordat minder dan de helft van de gezelschappen iemand heeft aangesteld die is belast met het binnenhalen van sponsorgelden. Ook het bestuur of de Raad van Toezicht neemt deze taak in de

praktijk zelden op zich en de meeste producenten zijn niet van mening dat hun bestuur/RvT hierin een rol moet hebben. De producenten zien overigens wel kansen om deze gebieden in de toekomst te ontwikkelen.

Private fondsen voor een deel onontgonnen gebied

De producenten vergaren gemiddeld 12% van hun eigen inkomsten uit private fondsen, een aandeel dat tot stand komt door de 70% van de producenten. Voor de andere 30% blijken private fondsen onontgonnen gebied; deze producenten kennen de wegen naar relevante fondsen onvoldoende, vergaren hieruit momenteel geen inkomsten en verwachten dit ook niet in de toekomst. De kenmerken van en kansen voor het werven van private fondsen zijn:

- Het is eenvoudiger om bijdragen uit private fondsen te verkrijgen wanneer het een coproductie of een activiteit betreft die losstaat van de reguliere activiteiten, zoals een.
- Fondsen geven de voorkeur aan bepaalde onderwerpen, zoals talentontwikkeling en activiteiten voor nieuwe doelgroepen.
- Het is moeilijker om als structureel gesubsidieerd gezelschap geld uit private fondsen te werven. Fondsen nemen soms aan dat deze instellingen al voldoende gesteund worden, waardoor zij hun bijdrage sneller beschikbaar stellen aan incidentele of nieuwe projecten.
- Kwalitatieve en goed onderbouwde aanvragen zijn nodig om aanspraak te maken op de fondsen.

Alhoewel de meerderheid van de producenten in de enquête aangeeft dat er niet meer geld te halen is uit de (private) fondsen, liet het rondetafelgesprek een genuanceerder beeld zien. De vraag is of er voldoende goede aanvragen worden ingediend, of er sprake is van onderuitputting bij de (private) fondsen en of de jeugdproducenten de kansen die de fondsen bieden beter kunnen benutten.

Kansen voor coproducties

De producenten staan positief tegenover coproducties. Het aangaan van coproducties levert, behalve aan de kostenkant waar het onderzoek zich niet op richt, ook diverse voordelen op aan de inkomstenkant. Zo kan bij een coproductie gebruik gemaakt worden van de naamsbekendheid en de marketing van de betrokken organisaties. Zodoende kunnen de doelgroepen eenvoudiger worden bereikt zodat meer potentieel publiek kan worden behaald. Daarnaast is het productioneel mogelijk groter voorstellingen te ontwikkelen, waarmee – mits een goede constructie met het theater of festival en voldoende bezoekers – een positief voorstellingsresultaat kan worden behaald. Tevens is het makkelijker om met coproducties aanspraak te maken op andere geldstromen, zoals private fondsen en bedrijven die hun naam aan een bijzondere productie willen binden.

Ontwikkeling van samenwerkingspartners

Verwant aan sponsoring en (private) fondsen is de rol die (maatschappelijke) organisaties kunnen innemen. Denk hierbij aan woningcorporaties, projectontwikkelaars, welzijnsinstellingen, et cetera. Dat gebeurt nu mondjesmaat en de indruk is dat het

vooral op aanvraag is, dus reactief in plaats van proactief. De producenten zien kansen voor meer samenwerking met (maatschappelijke) organisaties. Centraal in de samenwerking staat het gedeelde belang, zodat het gezelschap en de organisatie gezamenlijk kunnen zoeken naar een geschikt product (voorstelling, educatieve activiteit, workshop) voor de doelgroep waarmee vervolgens eigen inkomsten kunnen worden gegenereerd. De opzet is vergelijkbaar met een coproductie, alleen is de partij dan niet werkzaam in de kunst- en cultuursector.

Ruimte voor uitbouwen educatieve activiteiten

Er is (binnen de educatieve taak van de gezelschappen) vanuit scholen behoefte aan uitbreiding van de educatieve programma's, in de vorm van meer vraaggerichte activiteiten, meer actieve kunstbeoefening en de combinatie van actieve en receptieve kunstbeoefening. De cijfers van de NAPK bieden geen precies inzicht in de wijze waarop educatieve programma's zijn ingebed in de activiteiten van de producenten, waardoor koppeling met de cijfers niet goed mogelijk is. Uit de enquête blijkt dat momenteel de helft van de producenten vaak geen kosten in rekening brengt wanneer zij een educatieve activiteit verzorgt op of voor een school. De producenten geven aan op dit gebied ruimte te zien. Dit betreft zowel de inhoudelijke ontwikkeling als de prijsstelling.

2.2 Strategische en zakelijke aanbevelingen

Voortvloeiend uit de conclusies presenteren we de aanbevelingen. We gaan hierbij uit van de vraag hoe het verdienvermogen van de jeugdproducenten kan worden verbeterd.

2.2.1 Strategische aanbevelingen

Maak effect van de maatregelen inzichtelijk

We raden de jeugdproducenten aan om in NAPK-verband een kort en bondig document op te stellen om zo inzichtelijk te maken wat de voorgenomen keuzes van de regering en mogelijk de provincies en gemeenten voor effect (kunnen) hebben op hun bedrijfsvoering en de daarmee samenhangende verdienmogelijkheden. Het gaat hierbij om onder andere:

- de btw-verhoging, het feit dat deze *niet* aftrekbaar is voor scholen, en het effect op de prijs van de toegangskarten;
- het feit dat de scholen minder geormerkte gelden ontvangen voor cultuur;
- het afschaffen van (de financiering van) de Cultuurkaart en het belang daarvan voor de producenten;
- de mate waarin de jeugdproducenten in staat zijn om inkomsten uit voorstellingsverkoop te realiseren, maar tot nu toe zeer lage inkomsten uit andere bronnen realiseren;
- het belang van cultuureducatie voor jeugd en jongeren voor hun ontwikkeling;
- het wegvallen van ID-banen die door verschillende producenten tot voor kort werden ingezet;
- prijzen voor zaalhuur zullen naar verwachting de komende jaren stijgen;
- het deels wegvallen van de steunfuncties.

Het document moet ook aandacht besteden aan de kansen die de jeugdproducenten zien om de eigen inkomsten te verhogen. Hierbij kan geput worden uit dit onderzoek. Ons advies is om dit document te sturen aan de Staatssecretaris Cultuur, de woordvoerders cultuur van de politieke partijen in de Tweede Kamer, de relevante OCW-ambtenaren, de Raad voor Cultuur, de diensten kunst en cultuur, de betreffende wethouders en de adviesorganen (waar relevant) van de G30.

Educatieve taak versus culturele taak

Indien de educatieve taak van de producenten (voor wat betreft het verdienvermogen) door henzelf, maar ook door OCW, het Fonds Podiumkunsten en de provincie en gemeente in de toekomst belangrijk wordt bevonden, vraagt dit (extra en/of andere) middelen van de samenleving. Om dit duidelijk te maken, kunnen de instellingen een splitsing maken in hun verdienmodel en zodoende inzichtelijk maken voor de financiers met welke taak zij welke eigen inkomsten kunnen vergaren. Het serieus uitoefenen van hun educatieve taak én het maximaliseren van de eigen inkomsten gaan niet samen. Hierover moeten de overheid/overheden helderheid scheppen; met andere woorden, in hoeverre verwachten zij van de jeugdproducenten dat zij hun educatieve taak uitvoeren? Welk deel kan bijvoorbeeld worden opgevangen door de kleine zelfstandigen en welk deel door de jeugdproducenten? Hoe belangrijk vinden de overheden de artistiek-inhoudelijke component van de voorstellingen en wat hebben ze daar financieel voor over? Hoe belangrijk is het dat de jeugd en jongeren een theaterervaring opdoen door een voorstelling *in* een theater te bezoeken (zoals bij de Kopergietery, maar ook diverse theaters in Nederland)? Daarnaast moeten de financiers de mogelijke conflicterende eisen met elkaar afstemmen.

Een veelkleurig palet voor strategische programmering

We adviseren de NAPK een blauwdruk te ontwikkelen waarop de kenmerken van een producent, ofwel de strategische keuzes, gelegd kunnen worden, zodat onderlinge vergelijkbaarheid mogelijk is. Een dergelijke blauwdruk biedt per producent inzicht in het businessmodel en gaat in op criteria als aantal producties (nieuwe en reprises) en speelbeurten, aantal vrije producties en schoolvoorstellingen, geografische locatie, type zaal, workshops, leeftijd van de doelgroep et cetera. Met een dergelijke blauwdruk kan een set aan mogelijkheden worden gecreëerd, zodat individueel en collectief strategischer geprogrammeerd kan worden. Gebruik hiervoor de resultaten van dit onderzoek om te zoeken naar een evenwicht tussen de inhoudelijke strategie en de eigen inkomsten.

Neem zelf het initiatief

Alhoewel in de enquêtes onder de jeugdproducenten en de programmeurs niet is gevraagd naar het mogelijke onder- of overaanbod van jeugdproducties, werd in het rondetafelgesprek aangegeven dat er sprake is van een overaanbod in Nederland. Er zijn momenteel gesprekken gaande tussen jeugdproductiehuizen en -producenten en tussen jeugdproducenten en podia over (verregaande) samenwerking en zelfs in een aantal gevallen over fusiemogelijkheden. Wij raden aan dat de jeugdproducenten gezamenlijk het initiatief nemen om een verkenning te laten uitvoeren waarmee de

samenwerkingskansen inzichtelijk worden gemaakt ten behoeve van het verdienvermogen. Hierin zouden de kansen verkend moeten worden over de samenwerking tussen de verschillende disciplines (theater, dans en muziek zoals bij De Kopergietery), tussen producenten en podia, tussen jeugdproducenten en -productiehuizen, tussen jeugdproducenten en volwassenenproducenten en tussen de jeugdproducenten onderling. Als maar een deel van de jeugdproducenten hieraan zou willen deelnemen, dan zou het uitgevoerd moeten worden in nauw overleg met een *coalition of the willing*. Deze verkenning zou inzicht moeten verschaffen in de mogelijkheden en onmogelijkheden van het verdienvermogen van de jeugdproducenten en hun (potentiële) partners.

Een weloverwogen businessmodel

Gezien de bepalende criteria die verschil maken bij de samenstelling van de eigen inkomsten, raden we de producenten aan om bij de komende formulering van hun beleidsplannen stil te staan bij hun eigen businessmodel, en met elkaar en OCW en het Fonds Podiumkunsten af te stemmen wat haalbaar en passend is voor de producenten. Het gaat er in eerste instantie om het verdienmodel in kaart te brengen en stil te staan bij de daarmee samenhangende strategische keuzes die gemaakt moeten worden. Het doel van deze aanbevelingen is richting te geven aan het bewust maken van keuzes die van invloed zijn op het verdienmodel.

Onderlinge afstemming

Er is behoefte aan een betere onderlinge afstemming tussen de producenten om overlap te voorkomen. Dit geldt met name voor producenten die actief zijn in dezelfde regio en/of die in dezelfde steden op tournee gaan. Iemand – mogelijk vanuit de NAPK – zou hiervoor ondersteuning kunnen verlenen om, samen met de afnamekant en de podia, verder vooruit te denken en te plannen.

2.2.2 Zakelijke aanbevelingen

Creative partnerships

Wij zien kansen in langdurige relaties met scholen in de regio, *creative partnerships*, zoals stichting Edu-art ze noemt. Een *partnership* biedt de mogelijkheid om een intensieve band aan te gaan met scholen, meer vraaggericht te werken en biedt kansen om alternatieve financieringsbronnen aan te spreken. Theater en dans kunnen worden ingezet om maatschappelijke thema's aan de orde te stellen in een school. Dat houdt in dat een voorstelling niet alleen als artistiek autonoom product wordt gepresenteerd, maar wordt ingebed in andere vakken en thema's. In nauwe samenwerking met een school wordt een compleet lespakket ontwikkeld. De rol van de artistieke en autonome voorstellingsmaker verdwijnt dan op dit maatschappelijk niveau naar de achtergrond. In nauwe samenhang met de *creative partnerships* is er de toenemende vraag naar *actief* aanbod. Het is onduidelijk of deze vraag een vervanging of toevoeging is van het receptieve en reflectieve aanbod.

Culture of asking

Welke acties OCW en de koepels zullen ondernemen om de *culture of asking* te stimuleren, is vooralsnog onduidelijk; maar wij stellen voor hierop niet te wachten en

zelf actie te ondernemen. Een eerste actie zou kunnen zijn het organiseren van een masterclass voor de directies (en mogelijk een afvaardiging van de besturen/raden van toezicht) en de marketingmanagers van de jeugdproducenten. Gedurende de masterclass kan een aantal experts op dit gebied, samen met de jeugdproducenten, stappen identificeren waarmee effectiever de markt benaderd kan worden. Te denken valt aan experts, zoals dr. Renée Steenbergen (zelfstandig gevestigd als adviseur op het gebied van particulier initiatief in de kunsten, collectievorming, schenking, fondsenwerving en mecenaat) en prof. Sigrid Hemels (hoogleraar fiscaal recht Erasmus Universiteit met als specialiteit de fiscaliteit van kunst en cultuur). Dit moet resulteren in een andere houding van de jeugdproducenten als het gaat om sponsoring, donaties, legaten, vriendenkringen en het benaderen van ouders, notarissen, bedrijven, vrienden et cetera. Specifiek zien wij kansen voor (micro)mecenassen uit de regio. Dit kunnen commerciële organisaties zijn, maar ook particulieren, zoals ouders, die zich vanuit hun maatschappelijke betrokkenheid en veelal niet vanuit visibility-oogpunt willen verbinden aan een jeugdproducent. We raden producenten aan te beginnen met experimenteren en de ervaringen met elkaar te delen. Overigens dienen de financiers te beseffen dat het creëren van een *culture of asking* en een *culture of giving* tijd en inspanning vergen die niet alleen de verantwoordelijkheid is van de producenten, maar ook van de financiers. Het is aan de rijksoverheid om de instellingen hierin te begeleiden en om een gunstig belastingklimaat te scheppen. Het kabinet is voornemens hiervoor plannen te formuleren (de Geefwet), zodat het voor bedrijven en particulieren ook gunstiger is om te geven.

Professionalisering

Bijna alle jeugdproducenten geven aan dat er ruimte is voor verbetering van het cultureel ondernemerschap van de gezelschappen en daarmee het verhogen van de eigen inkomsten. Hoe kan dit het best gerealiseerd worden? Een aantal suggesties hiervoor zijn:

- Het organiseren van een aantal werksessies met de jeugdproducenten onderling waarin de *best cases* en *best practices* voor het realiseren van eigen inkomsten worden gepresenteerd en besproken. Dit moet leiden tot een overzicht van *lessons learned* die door de gezelschappen toegepast kunnen worden.
- Het organiseren van een aantal marketing masterclasses voor de jeugdproducenten, mogelijk samen met Bureau Promotie Podiumkunsten (BPP), met experts uit Nederland, maar ook uit Vlaanderen (Franky Devos, Gitte Mast en Evert Asselman) en Engeland. Dit moet resulteren in een overzicht van *do's & don'ts* voor effectieve jeugdmarketing. Met KIJKUIT is al een eerste stap gezet, dit zal in de naaste toekomst verder moeten worden geprofessionaliseerd.
- Het organiseren van een werksessie, waarin wordt besproken hoe jeugdproducenten effectiever financiering kunnen aanvragen bij private en publieke cultuurfondsen. Als ondersteuning hiervan zou de NAPK een overzicht kunnen maken van potentieel interessante cultuurfondsen voor de jeugdproducenten, zowel landelijk als regionaal. Een dergelijke bijeenkomst kan gesplitst worden in twee delen – deel een is een onderlinge uitwisseling van ervaringen en deel twee is een uitwisseling van kansen en succesfactoren met vertegenwoordigers van de cultuurfondsen.

- Het organiseren van een serie 'Keukengeheimen', een sessie waarin de producenten elkaar bezoeken en een blik achter de (organisatorische) schermen kunnen werpen, en zo van elkaar leren. Bijvoorbeeld: de verschillen tussen dans en theater worden door de producenten onderkend. Deze verschillen zitten niet alleen in het artistieke product, maar ook in het verdienmodel van de beide disciplines. Dit kan voor een deel historisch worden verklaard. Zo zijn de uitkoopsommen van de dans-producenten over het algemeen hoger – en daarmee ook de eigen inkomsten – dan die van de theaterproducenten en zijn de gemiddelde productiekosten hoger. Het is echter raadzaam om stil te staan bij de verschillen tussen dans en theater en zo te kijken wat er van elkaar kan worden geleerd.

Voorstellingsverkoop: een nieuw systeem

Wij raden aan een compacte werkgroep in te stellen met producenten, later aangevuld met programmeurs van theaters. Deze werkgroep onderzoekt de mogelijkheden voor een nieuw systeem voor voorstellingsverkoop. In de werkgroep kan ook de marketing omtrent voorstellingen een plek krijgen, wat met KIJKUIT al is ingezet. In de praktijk zien gezelschappen en theaters het als een gezamenlijke taak om zoveel mogelijk jeugd en jongeren een voorstelling te laten bezoeken, maar formeel is er bij uitkoop geen *incentive* voor de producent om zo veel mogelijk bezoekers te werven. Het is voor de producent minder risicovol om op uitkoop te spelen, maar het levert bij een succesvolle voorstelling (in de middenzaal) niet het optimale bedrag op voor de producent. We raden daarom aan om meerdere opties te bekijken dan de nu meest gebruikelijke.

Kansen voor het aanbod

Grotezaalproducties bieden kansen om meer inkomsten te realiseren, maar dit vraagt (deels) om een andere bedrijfsvoering. De producenten zouden meer reprises van succesvolle producties moeten programmeren, zich meer moeten richten op A-merken en/of bekende personen. Ook zouden zij marketing, samen met de podia, effectiever kunnen inzetten en meer (grootschalige) coproducties kunnen realiseren. Het strategisch overleg over de programmering dat Stip is gestart, is een eerste aanzet hiertoe.

Reprises in het schoolaanbod

Sectorbreed is een meer vraaggerichte houding gewenst, vooral vanuit de educatieve opdracht. Dit vraagt met name van de makers een omschakeling; zij willen steeds nieuw aanbod ontwikkelen, terwijl hier vanuit de markt (scholen) niet altijd behoefte aan is. Vanuit een school gedacht, is artistieke vernieuwing minder van belang dan een redelijke uitkoopsom; jaarlijks is er een nieuwe groep 5 waarvoor eenzelfde productie kan worden gespeeld. Dat betekent inzetten op goedlopende reprises voor scholen.

Doelgroepen

Bijna alle gezelschappen geven aan dat er ruimte is om het aantal bezoekers te laten stijgen, maar het aantal specifieke doelgroepen hiervoor is beperkt. Drie doelgroepen worden gezien als kansrijk:

- De programmeurs zien de meeste kansen voor uitbreiding van de programmering voor peuters.
- Uit de interviews met experts en producenten blijkt dat er kansen liggen in het

programmeren voor de kinderen en hun families van (grote) bedrijven.

- De meeste producenten zien geen kans om hun entreprijzen te verhogen, met uitzondering van de kaartprijs die zij vragen aan ouders en grootouders die met hun kind(eren) een voorstelling bezoeken.

Hier zouden de jeugdproducenten zich meer op moeten richten, in goed overleg met de podia.



3

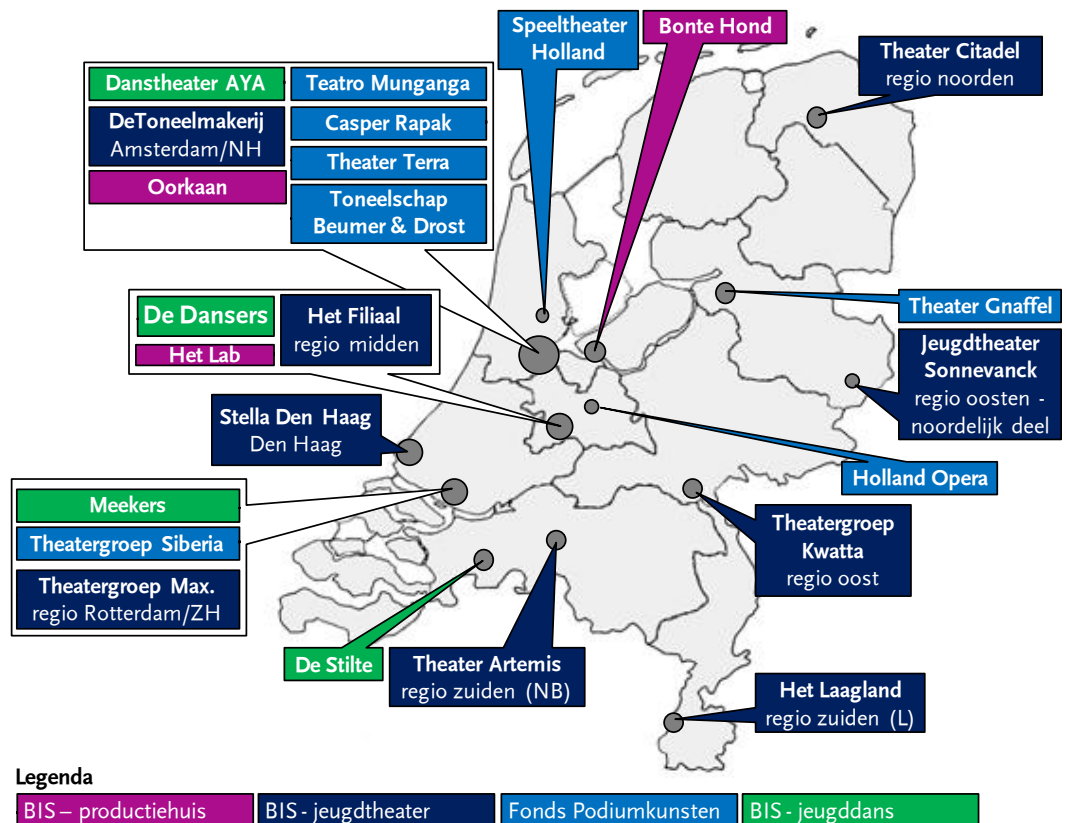
Interne analyse

In dit hoofdstuk tonen we de resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de jeugdproducenten op basis van de gegevens van SAINT en DAS. Ook presenteren we de resultaten van de enquête onder de jeugdproducenten. De resultaten van de rondetafels zijn tevens verwerkt in de interne analyse en in de conclusies en aanbevelingen.

3.1 De onderzoeksgroep in beeld

Hieronder staat per gezelschap aangegeven waar in het land de groep is gevestigd en in welke categorie subsidiënten de producent is opgenomen (zie legenda). Er is uitgegaan van de leden van de NAPK die meewerken aan het onderzoek.⁴ De jeugdgezelschappen uit de basisinfrastructuur theater (2009-2012) zijn gekoppeld aan de acht brandpunten in de steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en de regio's noord, oost, zuid, Limburg en Utrecht. Daarnaast is er ruimte voor een extra gezelschap in de regio oost, omdat deze regio geografisch erg groot is (zie de donkerblauw gearceerde negen jeugdtheatergezelschappen). Voor de BIS-jeugddansgezelschappen, BIS-productiehuizen en de door het Fonds gesubsidieerde instellingen is geen geografische spreiding bepaald. Dit overzicht is een bevestiging van de vermoedens dat de instellingen overwegend in de Randstad zijn gevestigd.

Figuur 1: overzicht onderzoeksgroep



4 Stip fungeert als impresariaat en als producent en is daarom niet opgenomen. Van Beumer & Drost zijn geen gegevens uit SAINT bekend, noch hebben zij de enquête ingevuld.

3.2 Kwantitatieve en kwalitatieve analyse

De kwantitatieve en kwalitatieve analyse vormt het vertrekpunt voor het onderzoek. Aan de basis van de gegevens liggen de eerder geïntroduceerde SAINT en DAS, instrumenten die de NAPK (en hun voorgangers VNT en DOD) heeft ontwikkeld om gegevens te verzamelen. Via deze twee instrumenten worden financiële, bezoek-, voorstellings- en spreidingsgegevens van de theatersector verzameld en inzichtelijk gemaakt.

Data

- De analyse is gebaseerd op cijfers uit DAS en SAINT van de volgende 23 producenten:

• BonteHond	• Holland Opera (Xynix)	• Theater Artemis
• Caspar Rapak	• Jeugdtheater Sonnevand	• Theater De Citadel
• Danstheater Aya	• Meekers	• Theater Gnaffel
• De Dansers	• Muziektheater Het Filaal	• Theater Terra
• De Stilte	• Oorkaan	• Theatergroep Kwatta
• De Toneelmakerij	• Speeltheater Holland	• Theatergroep Max.
• Het Laagland	• Stella Den Haag	• Theatergroep Siberia
• Het Lab	• Teatro Munganga	
- De cijfers zijn afkomstig uit het jaar 2009, tenzij anders vermeld, omdat vanaf dat jaar sprake is van de huidige structurele subsidie voor de producenten.
- Van Theater Gnaffel (Fonds) zijn geen financiële gegevens bekend over het jaar 2009.
- Van Toneelgezelschap Beumer & Drost (Fonds) zijn geen gegevens bekend.
- Indien verwijzend naar 2008: Huis aan de Amstel en Theatergroep Wederzijds zijn vanaf 2009 gefuseerd tot De Toneelmakerij. Siberia is per 2009 de nieuwe naam voor Waterhuis en Rotterdams Lef en Rotjong.
- Er is niet getracht om uitputtende resultaten en verbanden te presenteren. De belangrijkste resultaten die verband houden met het verdienvermogen van de producenten zijn eruit gelicht.

3.2.1 Algemene vergelijking

- De gesubsidieerde bedragen en totale baten variëren enorm.
- Het Lab, Stella Den Haag, Teatro Munganga, Theater Terra, Oorkaan en Siberia ontvangen geen structurele subsidie van de provincie. Caspar Rapak, Het Laagland, Speeltheater Holland, Max.⁵, Oorkaan ontvangen geen subsidie van de gemeente. Oorkaan ontvangt alleen structurele rijkssubsidie.
- De BIS-instellingen worden vaak medegefinancierd door de stad, maar niet alle producenten ontvangen naast rijkssubsidie ook subsidie van gemeente en provincie.

3.2.2 Eerste verkenning eigen inkomsten

- Het gemiddelde percentage eigen inkomsten bedraagt in 2009 44%. Dit gemiddelde wordt sterk beïnvloed door Theater Terra dat een norm van 232% haalde in 2009 en

⁵ Per 1 januari 2010 (afwijkend van het kunstenplan) ontvangt Max. ook subsidie van de gemeente Rotterdam. De provincie Zuid-Holland bouwt de subsidie in het huidige kunstenplan af.

211% in 2008. Bij uitsluiting van Terra bedraagt het totale gemiddelde eigen inkomsten 45%.

- De BIS-gezelschappen vergaren in 2009 gemiddeld bijna € 229.000 aan eigen inkomsten. Bij de door het Fonds gesubsidieerde gezelschappen ligt dit bedrag op ongeveer € 260.000, wanneer Terra niet wordt meegerekend. Als Terra wel wordt meegerekend ligt dit bedrag op ruim € 350.000.
- De Fonds-gezelschappen halen zeer ver uiteenlopende percentages eigen inkomsten, variërend van 19% tot 232%.
- De BIS-dansgezelschappen halen alle vier een hoog eigen inkomstenpercentage variërend van 34% naar 72%.

Tabel 2: verdeling e.i. naar categorie

categorie	gemiddelde % e.i.
BIS theater (n=9)	20%
BIS dans (n=4)	52%
BIS productiehuis (n=3)*	40%
Fonds (n=6)**	76%
* Oorkaan vertekent het gemiddelde positief, zonder Oorkaan bedraagt het gemiddelde 27%	
** Theater Terra vertekent het gemiddelde positief, zonder Terra bedraagt het gemiddelde 45%.	

Tabel 3: Overzichtpercentages eigen inkomsten (2009)

indeling	producent	eigen inkomsten	structurele subsidie	% e.i.
Fonds theater	Theater Terra	€ 807.393	€ 348.502	232%
BIS dans	De Dansers	€ 218.213	€ 302.233	72%
BIS prod. concerten	Oorkaan	€ 266.273	€ 406.595	65%
BIS dans	De Stille	€ 368.625	€ 571.077	65%
Fonds opera	Holland Opera	€ 503.310	€ 785.846	64%
Fonds theater	Teatro Munganga	€ 124.540	€ 221.000	56%
Fonds theater	Theatergroep Siberia	€ 454.145	€ 1.043.684	44%
Fonds theater	Caspar Rapak	€ 99.313	€ 243.081	41%
BIS dans	Danstheater Aya	€ 245.527	€ 653.722	38%
BIS theater west (ZH)	Theatergroep Max.	€ 389.956	€ 1.082.657	36%
BIS dans	Meekers	€ 244.060	€ 723.449	34%
BIS prod. theater	BonteHond	€ 194.425	€ 651.874	30%
BIS prod. theater/dans	Het Lab	€ 212.242	€ 855.675	25%
BIS theater zuiden (L)	Het Laagland	€ 208.705	€ 886.274	24%
BIS theater midden (UT)	Muziektheater Het Filiaal	€ 224.700	€ 1.017.630	22%
BIS theater DH/ZH	Stella Den Haag	€ 188.467	€ 927.268	20%
Fonds theater	Speeltheater Holland	€ 156.453	€ 813.072	19%
BIS theater oost (GLD)	Theatergroep Kwatta	€ 201.708	€ 1.071.067	19%
BIS theater oost (OV)	Jeugdtheater Sonnevank	€ 114.842	€ 662.032	17%
BIS theater zuid (NB)	Theater Artemis	€ 176.579	€ 1.087.461	16%
BIS theater AMS/NH	De Toneelmakerij	€ 349.853	€ 2.696.376	13%
BIS theater noord (GR)	Theater De Citadel	€ 59.972	€ 644.966	9%
gemiddeld				44%
<i>gemiddeld (excl. Terra)</i>				35%

- Bijna 70% van de gezelschappen is, uitgaande van een gelijkblijvende situatie, goed tot zeer goed in staat te voldoen aan de norm van zowel 17,5% als 20,5% in 2016.
- Uitgaande van de 17,5%-norm zijn er vier instellingen die de norm (in meer of mindere mate) niet halen bij aanvang van het Kunstenplan in 2013. Van deze vijf zijn er vier BIS theaterproducent.
- De producenten met een structureel subsidieniveau van minder dan € 800.000

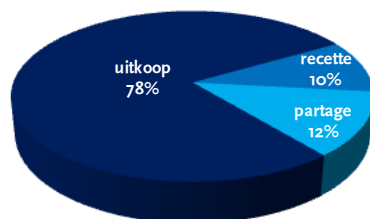
hebben een percentage eigen inkomsten van 30% of meer, met uitzondering van Theater Sonnevanck (17%) en De Citadel (9%).

- Over het algemeen hebben de producenten met een hoog structureel subsidieniveau (> € 800.000) een lager percentage eigen inkomsten.
- De BIS-theaterproducenten hebben over het algemeen een hoger structureel subsidieniveau dan de andere producenten.
- Er zijn twaalf producenten met een percentage eigen inkomsten dat gelijk of hoger ligt dan 30%. Hiervan zijn er elf in de Randstad gevestigd en één in Breda. In het oosten van het land, De Citadel in Groningen, Sonnevanck in Enschede en Kwatta in Nijmegen, worden over het algemeen lagere percentages eigen inkomsten behaald.

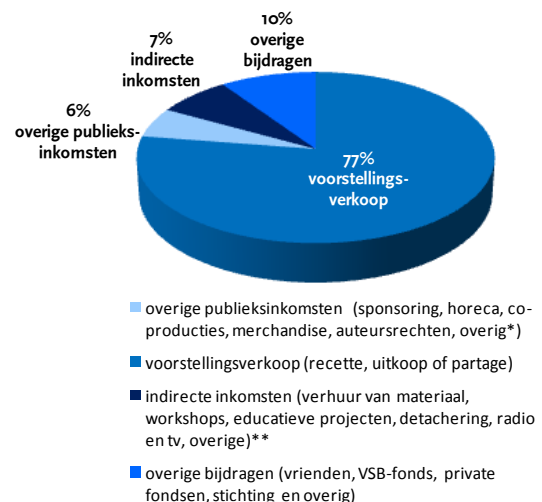
3.2.3 Samenstelling eigen inkomsten

- Onderstaande figuur 3 laat zien hoe de eigen inkomsten zijn verdeeld. Gemiddeld wordt 77% van alle eigen inkomsten uit voorstellingsverkoop verkregen. De publieksinkomsten bedragen 6%; dit percentage wordt sterk positief beïnvloed door Het Laagland en Sonnevanck die relatief hoge bedragen hebben ingevuld bij co-produceren. Het percentage zou zonder de inbreng van deze twee producenten gemiddeld 3% bedragen.
- Binnen de inkomsten uit voorstellingsverkoop wordt 78% verkregen via uitkoop (zie figuur 3). De instellingen met een percentage eigen inkomsten van minder dan 17,5% hebben een hoog percentage eigen inkomsten dat via uitkoop wordt verkregen. Overigens maken de dansgezelschappen in DAS geen onderscheid in uitkoop, recette of partage.

Figuur 3: verdeling inkomsten voorstellingsverkoop



Figuur 2: gemiddelde samenstelling eigen inkomsten



- De producenten boeken (binnen publieksinkomsten) weinig tot niets op directe sponsoring, horeca, auteursrechten en *merchandise*. De producenten boeken gemiddeld onder de post publieksinkomsten (anders dan kaartverkoop) het meest onder de post overig. Waar deze post uit bestaat is onduidelijk. Gemiddeld is dit bedrag ruim € 15.000 (6% van de totale eigen inkomsten). De hoogte van de bedragen varieert enorm, van niets tot € 1.000 tot € 45.000.
- Ongeveer 70% van de producenten heeft inkomsten uit private fondsen verkregen.

Hiervan hebben er zeven een bedrag hoger dan of gelijk aan € 30.000 ontvangen.

- Gemiddeld bedraagt (bij deze zestien producenten) het aandeel private fondsen tussen de 0,4% en 53% van de totale eigen inkomsten. Voor het merendeel van de producenten bedraagt het aandeel niet meer dan 16% van de eigen inkomsten.

Figuur 4: inkomsten uit private fondsen (2009)

	totaal eigen inkomsten	inkomsten uit private fondsen	als % van het totaal eigen inkomsten
Siberia	€ 454.145	€ 240.065	53%
Theater De Citadel****	€ 59.972	€ 25.000	42%
Oorkaan***	€ 266.273	€ 74.261	28%
Het Lab	€ 212.242	€ 51.000	24%
De Stilte	€ 368.625	€ 58.900	16%
Theatergroep Max.	€ 389.956	€ 59.000	15%
Jeugdtheater Sonnevank	€ 114.842	€ 16.920	15%
Muziektheater Het Filiaal	€ 224.700	€ 30.000	13%
Speeltheater Holland	€ 156.453	€ 19.606	13%
Holland Opera (Xynix Opera)	€ 503.310	€ 60.000	12%
BonteHond**	€ 194.425	€ 20.000	10%
De Toneelmakerij	€ 349.853	€ 20.064	6%
De Dansers**	€ 218.213	€ 10.000	5%
Meekers	€ 244.060	€ 6.249	3%
Stella Den Haag	€ 188.467	€ 3.785	2%
Danstheater Aya	€ 245.527	€ 1.000	0,4%
gemiddeld	€ 261.941	€ 43.491	16%

* het gemiddelde is bepaald op basis van de zestien producenten die inkomsten hebben uit private fondsen;

** inkomsten uit het VSB-fonds;

*** waarvan € 43.087 uit het VSB-fonds;

**** waarvan € 15.000 uit het VSB-fonds.

- Slechts twee producenten boeken inkomsten uit sponsoring, Oorkaan € 7.500 en Het Laagland die € 18.000 aan inkomsten uit workshops boekte. Verder boekt geen van de jeugdproducenten inkomsten op algemene sponsoring, vriendenverenigingen, educatieve projecten en workshops. Het is echter mogelijk dat dit te maken heeft met de wijze van invoeren in SAINT en DAS.

3.2.4 Voorstellingen, accommodatie en locatie

Niet van alle producenten zijn specifieke gegevens beschikbaar over voorstellingen, accommodatie en de locatie van de voorstellingen. De gegevens in deze paragraaf zijn soms afgeleid op basis van de gegevens van vijftien gezelschappen.⁶ Waar uitspraken kunnen worden gedaan over de andere producenten, staat dit erbij vermeld.

6 BonteHond, De Toneelmakerij, Het Laagland, Het Lab, Holland Opera (Xynix Opera), Jeugdtheater Sonnevank, Muziektheater Het Filiaal, Speeltheater Holland, Stella Den Haag, Theater Artemis, Theater De Citadel, Theater Gnaffel, Theater Terra, Theatergroep Kwatta en Theatergroep Max.

Aantal producties en voorstellingen

- De gezelschappen spelen in 2009 gemiddeld meer dan vijf producties. Uitschieters naar boven zijn Oorkaan (15), Het Lab (10) in hun functie als productiehuis en De Toneelmakerij (10) wegens de grote omvang van het gezelschap.
- In 2009 spelen de gezelschappen gemiddeld bijna 200 voorstellingen. In 2009 spelen zes gezelschappen meer dan 230 voorstellingen. Zij hebben alle een percentage eigen inkomsten dat hoger ligt dan 30%, met als uitzondering De Toneelmakerij, die veel op scholen speelt en waarmee veel minder inkomsten worden gegenereerd.
- Gemiddeld is de zaalbezetting in aantal ruim 110; dit aantal wordt negatief beïnvloed door de voorstellingen *op* scholen.
- Er is geen sterk verband zichtbaar tussen het aantal bezoeken en het percentage eigen inkomsten van een gezelschap.
- Van de voorstellingen die in het theater worden gespeeld is gemiddeld ongeveer 40% een schoolvoorstelling.

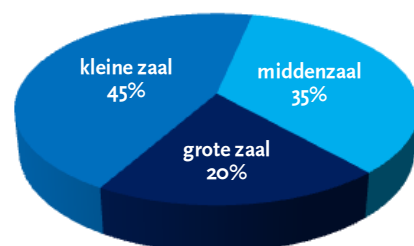
School

- De Toneelmakerij, Sonnevand en Citadel spelen veel meer *op* scholen dan de andere gezelschappen, respectievelijk 39%, 59% en 71% van alle voorstellingen in Nederland. Twee van de drie (uitzondering De Toneelmakerij) zijn gevestigd buiten de Randstad. Een groot aantal producenten speelt geheel niet *op* scholen.
- De groeps grootte bij het spelen *op* scholen is klein, gemiddeld rond de dertig leerlingen per voorstelling. Bij het spelen *voor* scholen (in de theaters) ligt de groeps grootte hoger.

Accommodatie

- Ongeveer de helft van de instellingen heeft een eigen zaal tot haar beschikking.
- Er wordt met name in kleine en middenzalen gespeeld, zie figuur 5.
- Theater Terra speelt 85% van haar voorstellingen in de grote zaal.

Figuur 5: type zaal



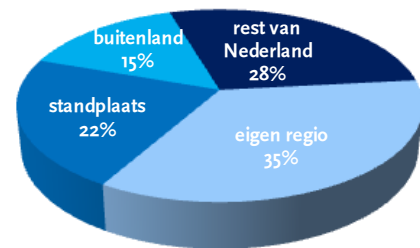
Bezoeken

- Gemiddeld halen de producenten in 2009 ruim 24.000 bezoekers.
- Holland Opera en Theater Terra halen gemiddeld de meeste bezoekers per voorstelling, respectievelijk 252 en 276. Dit kan verklaard worden doordat zij veel in grote zalen spelen.
- Ongeveer een kwart van de producties (niet voorstellingen) die in de Nederlandse theaters en schouwburgen staat, trekt ongeveer 60% van alle bezoeken.
- De dansgezelschappen halen over het algemeen minder bezoekers per voorstelling, gemiddeld 76, ten opzichte van gemiddeld 130 van de andere producenten.
- Er worden relatief minder bezoekers gehaald in de standplaats dan in de regio of de rest van Nederland.

Geografische locatie

- De meeste voorstellingen worden in de eigen regio gespeeld (regio is ingedeeld in landsdeel noord, midden, zuid, west, oost). Over het algemeen worden ook de meeste bezoeken behaald in de eigen regio.
- Zie figuur 6, waar voor het jaar 2008 inzichtelijk is gemaakt hoe de voorstellingen geografisch zijn verdeeld over Nederland en buitenland.

Figuur 6: verdeling voorstellingen (2008)



Buitenland

- Ongeveer 15% van alle voorstellingen wordt in het buitenland gespeeld.
- Terra heeft in 2009 het vaakst in het buitenland gespeeld, namelijk 51 keer. Theater Artemis en Het Laagland spelen absoluut gezien niet vaker in het buitenland, maar relatief gezien wel (het percentage voorstellingen in het buitenland als onderdeel van het totaal).
- Acht gezelschappen spelen meer dan 20% van al hun voorstellingen in het buitenland.
- Bij de dansgezelschappen speelt met name De Stille veel in het buitenland.

3.2.5 Eigen inkomsten & niet-financiële kengetallen

- Gemiddeld ligt de structurele subsidie per bezoek op bijna € 50. De structurele subsidie per bezoek is zeer divers en varieert van € 4,46 (Theater Terra) tot € 95,90 (Het Lab). De producenten met hoge percentages eigen inkomsten scoren lager dan gemiddeld op structurele subsidie per bezoek, zie tabel 4. Er is geen verband tussen een laag bezoekersaantal en een laag percentage eigen inkomsten.

Tabel 4: structurele subsidie per bezoek (2009)

gezelschap*	structurele subsidie per bezoek**
BonteHond	€ 35,10
Danstheater Aya	€ 33,11
De Dansers	€ 11,60
De Stille	€ 14,85
De Toneelmakerij	€ 55,83
Het Laagland	€ 49,62
Het Lab	€ 95,94
Holland Opera (Xynix Opera)	€ 32,88
Jeugdtheater Sonnevand	€ 49,38
Meekers	€ 28,61

gezelschap*	structurele subsidie per bezoek**
Muziektheater Het Filiaal	€ 59,32
Oorkaan	€ 13,13
Speeltheater Holland	€ 45,63
Stella Den Haag	€ 62,63
Theater Artemis	€ 75,48
Theater De Citadel	€ 60,15
Theater Terra	€ 4,46
Theatergroep Kwatta	€ 42,06
Theatergroep Max.	€ 28,57
gemiddeld	€ 43,64

* niet van alle gezelschappen bekend.

** structurele subsidie kan afkomstig zijn van OCW, Fonds Podiumkunsten, provincie en/of gemeente.

3.3 Enquête jeugdproducenten

Middels een online enquête zijn diverse vragen voorgelegd aan de jeugdproducenten. De enquête dient enerzijds voor om de cijfers uit SAINT en DAS te verklaren. Anderzijds heeft de enquête als doel om de visie op de toekomst ten aanzien van de eigen inkomsten en verdien capaciteit in kaart te brengen. Ook is een aantal hieraan verwante vragen gesteld, bijvoorbeeld over subsidieafspraken. De enquêtevragen zijn open en gesloten van aard.

De voornaamste resultaten van de enquête zijn hieronder weergegeven. De resultaten zijn gepresenteerd als rechte tellingen, in hoofdstuk 2 worden diverse onderdelen met elkaar in verband gebracht.

Respons

- 24 gezelschappen hebben een uitnodiging ontvangen om de enquête in te vullen, hiervan zijn zeventien een theatergezelschap (71%), vier een dansgezelschap (17%) en drie een productiehuis (12%).
- In totaal hebben achttien respondenten de enquête ingevuld (respons van 75%).
- Van de achttien zijn twaalf een theatergezelschap (71%), vier een dansgezelschap (17%) en twee een productiehuis (12%). Hieronder is de relatieve respons en een overzicht van de deelnemende gezelschappen te zien.

Tabel 5: respons

	uitgenodigd voor enquête		respons enquête *	
theatergezelschap	17	71%	12	71%
dansgezelschap	4	17%	4	100%
productiehuis	3	12%	2	67%
totaal	24	100%	18	75%
*het % geeft de relatieve respons per discipline weer.				

De volgende gezelschappen hebben de enquête ingevuld:

- *Theatergezelschappen*: Caspar Rapak, De Citadel, De Toneelmakerij, Het Filiaal, Het Laagland, Holland Opera Express, Siberia, Speeltheater Holland, Stella Den Haag, Theater Artemis, Theater Gnaffel, Theatergroep Kwatta.
- *Dansgezelschappen*: Danstheater AYA, De Dansers, De Stille, Meekers.
- *Productiehuizen*: BonteHond, Het Lab.

Algemeen kenmerken

- De helft van de respondenten heeft een structureel subsidieniveau van meer dan € 800.000.
- Bijna alle gezelschappen spelen (ook) voor het primair onderwijs.
- Twee derde speelt (ook) voor het voortgezet onderwijs.

Stijging eigen inkomsten

- Bijna de helft van de producenten (8) ziet voor de komende jaren ruimte voor stijging van de eigen inkomsten. Ruim een kwart (5) ziet geen ruimte voor stijging en nog eens ruim een kwart (5) geeft aan het niet te weten.

- Ruim de helft (10) is van mening dat zijn/haar gezelschap in staat is om tussen 2013 en 2016 in totaal 4% aan eigen inkomsten te genereren (en daarmee ruim te voldoen aan de eisen die OCW aan hen stelt).⁷ Zes producenten staan neutraal ten opzichte van deze stelling en twee producenten zijn het niet eens met de stelling.
- Gevraagd naar specifieke gebieden waar groei gerealiseerd kan worden:
 - ziet ongeveer de helft mogelijkheden voor een beetje groei van de eigen inkomsten op het gebied van commerciële verhuur, educatieve activiteiten en donaties;
 - ziet een groot deel absoluut géén mogelijkheden voor groei van de eigen inkomsten voor wat betreft inkomsten uit kaartverkoop van schoolvoorstellingen (78%) en eigen inkomsten van vrije voorstellingen (67%) en horeca (72%);
 - ziet 67% mogelijkheden om door coproducties en 55% om door meer samenwerking met andere gezelschappen extra inkomsten te kunnen genereren.
- Op de vraag wat er voor nodig is om groei van eigen inkomsten te bewerkstelligen, geven de producenten zeer diverse antwoorden. De volgende punten die nodig zijn om groei te bewerkstelligen komen vaker voor:
 - meer tijd (3x);
 - uitbouwen, aanpakken en verder ontwikkelen van educatieve programma's (op gebied van hogere prijsstelling, actieve kunstbeoefening i.p.v. receptief, meer knowhow geven aan theaters en scholen over prijzen, werkwijze en mogelijkheden);
 - ondernemerschap stimuleren door fiscaal aantrekkelijke regelingen voor sponsoring en donatie (2x), btw niet verhogen(2x);
 - meer commerciële verhuur (2x);
 - langere tournees (2x);
- Ongeveer de helft is het (helemaal) eens met de stellingen dat er meer kennis en beter ondernemerschap nodig is om meer eigen inkomsten te genereren.

Daling eigen inkomsten

- De gezelschappen blijken een mindere goede inschatting te kunnen maken welke inkomsten zullen gaan dalen: gemiddeld geeft een kwart aan niet te weten of een bepaald type eigen inkomsten zal gaan dalen.
- De gezelschappen drukken zich het meest positief uit ten aanzien van de commerciële verhuur, waarover bijna 90% zich uitspreekt dat de eigen inkomsten niet zullen dalen.
- Het meest uitgesproken zijn de respondenten over daling van de inkomsten uit kaartverkoop; 60% verwacht dat vrije voorstellingen vrij veel tot een beetje zullen dalen en 70% verwacht dit van schoolvoorstellingen. Bij beide denkt ongeveer een derde dat deze inkomsten niet zullen dalen.



⁷ Bij de vraagstelling is geen rekening gehouden met het opschuiven van het beginjaar van het volgende kunstenplan naar 2014.

Ruimte om entreprijs te verhogen

- De helft geeft aan dat zij geen ruimte ziet om de entreprijs te verhogen. Verklaringen die de gezelschappen hiervoor geven zijn:
 - dat theaters nu al steeds minder bereid zijn om de inkoopsommen te betalen;
 - dat door de verhoogde btw de rek er al uit is;
 - dat de entreprijs in *eigen* theater wél kan worden verhoogd.
- Slechts twee respondenten (11%) geven aan ruimte te zien om de entreprijs te verhogen om zo de eigen inkomsten te vergroten. Zeven respondenten (39%) geven aan dat er misschien ruimte is. Als mogelijke doelgroepen – waar ruimte zit om de entreprijs te verhogen – worden het bedrijfsleven en ouderen (grootouders) meerdere malen genoemd.

Cultuurkaart

- Twee derde geeft aan dat de Cultuurkaart (zeer) belangrijk is voor voorstellingen die de gezelschappen op of voor scholen spelen en voor de educatieve activiteiten. De Cultuurkaart wordt over het algemeen minder belangrijk bevonden voor voorstellingen die in een theater of in de eigen zaal spelen, een derde vindt de Cultuurkaart hiervoor (zeer) belangrijk.
- De afhankelijkheid van de Cultuurkaart varieert enorm (van 0% tot wel 50%), ook tussen de producenten die voor middelbare scholen spelen.
- Producenten met een grote afhankelijkheid van de Cultuurkaart (het aandeel Cultuurkaart van de eigen inkomsten) zijn, volgens eigen opgave: Siberia (50%), Het Lab (40%), De Citadel (25%).
- Twee dansgezelschappen, namelijk Meekers en De Stilte, scoren beide zeer laag op afhankelijkheid van de Cultuurkaart (respectievelijk 1% en 5%), terwijl zij wel voor middelbare scholen spelen.

Uitkoopbedragen voorstellingen op en voor scholen

- Het gemiddelde uitkoopbedrag van voorstellingen op en voor scholen wordt door de gezelschappen geschat op € 1.040. Op zijn hoogst bedraagt het uitkoopbedrag gemiddeld € 1.430 en op zijn laagst gemiddeld € 650.
- Dansgezelschappen ontvangen over het algemeen hogere uitkoopsommen dan theatergezelschappen, wanneer zij voor en op scholen spelen.
- De Toneelmakerij heeft de meeste diversiteit in de uitkoopbedragen. Zij zitten bij de hoogste gemiddelden, bij de hoogste én laagste uitkoopsommen. De lage uitkoopsommen kunnen worden verklaard doordat De Toneelmakerij veel op scholen speelt.

Educatieve activiteiten

- Meer dan de helft van de gezelschappen ontvangt nooit of soms een vergoeding wanneer zij een educatieve activiteit verzorgt op of voor een school (primair of voortgezet onderwijs, mbo). Minder dan de helft van de respondenten ontvangt meestal een vergoeding voor het verzorgen van een educatieve activiteit.



- Het is opvallend dat de dansproducenten relatief gezien vaker dan de theatergezelschappen een vergoeding ontvangen (namelijk 75% van de dansgezelschappen geeft aan meestal een vergoeding te ontvangen, tegenover 35% van de theatergezelschappen), zie figuur 7.
- Casper Rapak, de Toneelmakerij en Theatergroep Kwatta ontvangen nooit een vergoeding als zij een educatieve activiteit verzorgen (geen voorstelling) op of voor een school (primair of voortgezet onderwijs, mbo).
- De vergoedingen die de gezelschappen ontvangen voor het verzorgen van een educatieve activiteit zijn over het algemeen laag (gemiddeld iets meer dan € 100).

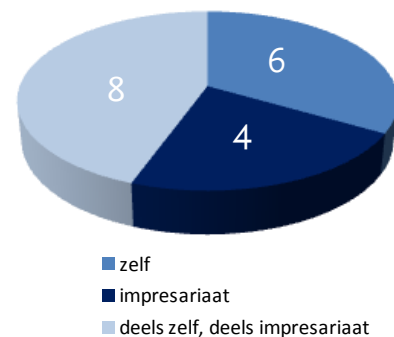
Figuur 7: Vergoeding voor educatieve activiteiten
(uitgedrukt in aantal producenten)



Eigen verkoop of via impresariaat

- De helft van de producenten organiseert deels zelf de verkoop van de voorstellingen en educatieve activiteiten en besteedt het deels uit, zie figuur 8.
- Een derde verzorgt de verkoop van voorstellingen en educatieve activiteiten volledig zelf.
- Dansproducenten lijken iets vaker dan een theaterproducent de verkoop van voorstellingen aan een impresariaat over te laten.
- Er is geen relatie tussen de omvang van de structurele subsidie van een gezelschap en de eventuele inzet van een impresariaat.

Figuur 8: verkoop van voorstellingen
uitgedrukt in aantal producenten



Nederlandse festivals

- De producenten spelen gezamenlijk op iets meer dan dertig verschillende festivals in Nederland gedurende de zomer en gedurende het seizoen; gemiddeld spelen zij iets meer dan drie keer per jaar op een festival.
- Vaak genoemde festivals zijn Tweetakt (8 keer genoemd), Oerol (6 keer genoemd), Jonge Harten (4 keer genoemd), de Parade en Boulevard (beide 3 keer genoemd). De meeste festivals (24) worden door de producenten eenmaal genoemd.
- De producenten spelen iets vaker op een festival gedurende het seizoen dan in de zomer. In de enquête is echter niet gevraagd naar het aantal voorstellingen.
- De producenten spelen vaker op festivals die voor een breed publiek zijn dan op specifieke jeugd en jongeren festivals.
- Theatergroep Kwatta (regio oost) heeft de laatste drie jaar niet op een Nederlands festival gespeeld.
- Als we deze twee producenten weglaten, hebben de overige gezelschappen de afgelopen drie jaar op 3 à 4 verschillende Nederlandse festivals gespeeld (gemiddelde is 3,7). 40% van de producenten speelde de afgelopen drie jaar meer op Nederlandse

festivals dan de drie jaar daarvoor. De helft is in die tijdspanne evenveel op festivals blijven spelen.

- Een aantal producenten geeft aan dat ze vrij veel inkomsten genereren met de volgende activiteiten, zie tabel 6.

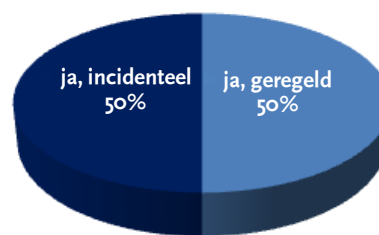
Tabel 6: gezelschappen die vrij veel op onderstaande festivals spelen

voorstelling op festival in het buitenland	Nederlands festival gedurende theaterseizoen	Nederlands zomerfestival
Stella Den Haag	Stella Den Haag	Stella Den Haag
Theater Artemis	Theater Artemis	Theater Artemis
Het Lab		Bonte Hond
De Stille		Siberia
Danstheater Aya		Holland Opera Express

Buitenland

- Alle gezelschappen spelen in het buitenland, de helft incidenteel en de andere helft geregeld, zie figuur 9.
- Er zijn grote verschillen tussen de producenten voor wat betreft het aantal voorstellingen dat zij in het buitenland spelen. Dit varieert van 90 tot 2, zie tabel 7.
- Zes producenten (Stella Den Haag, Artemis, Het Lab, De Stille, Het Filiaal en Laagland) geven aan dat zij vrij veel inkomsten genereren met voorstellingen die zij in het buitenland spelen.
- De (negen) producenten met een structureel subsidieniveau van > € 800.000 spelen gemiddeld meer voorstellingen in het buitenland dan de andere gezelschappen.
- Eenduidig zijn de producenten erover in welke periode zij in het buitenland spelen: dit is met name gedurende het theaterseizoen, zo geeft bijna 90% aan. Geen enkele producent speelt alleen in de zomermaanden in het buitenland.
- Een derde geeft aan dat reguliere voorstellingen in het buitenland vrij veel eigen inkomsten genereren.

Figuur 9: speelt uw gezelschap in het buitenland? (uitgedrukt in %)



Tabel 7: voorstellingen in het buitenland

	aantal keer dat per jaar in buitenland wordt gespeeld
De Stille	90
Stella Den Haag	40
Speeltheater Holland	40
Het Laagland	25
Artemis	20
Het Lab	20
De Toneelmakerij	18
Siberia	15
Danstheater Aya	10
Het Filiaal	10
Bonte Hond	8
Holland Opera Express	5
Casper Rapak	5
Citadel	5
Kwatta	4
Meekers	4
De Dansers	3
Theater Gnaffel	2
gemiddeld	18

Sponsoring, vriendenvereniging en private fondsen

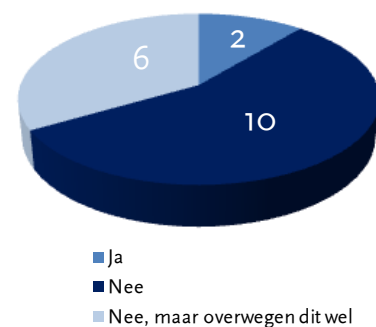
- Opvallend is dat twee derde van de producenten geen sponsoren had gedurende 2009 en dat geen enkele producent *structurele* sponsoring ontving. De gesponsorde gezelschappen ontvangen sponsoring alleen op incidentele basis en voornamelijk in natura, zie tabel 8.

Tabel 8: sponsoring in kalenderjaar 2009

had uw gezelschap sponsoren in het kalenderjaar 2009?	
Ja, structurele sponsoring in geld	0
Ja, incidentele sponsoring in geld	2
Nee, we hadden geen sponsoren	12
Ja, structurele sponsoring in natura	1
Ja, incidentele sponsoring in natura	5
Totaal	18

- Bijna de helft heeft niemand binnen de organisatie die is belast met het binnenhalen van sponsorgelden. Bij de andere helft is het met name de zakelijk leider die hiermee belast is.
- Bij drie kwart van de producenten speelt het bestuur of Raad van Toezicht (RvT) geen rol bij het binnenhalen van sponsorgelden en meer dan de helft staat neutraal tegenover de vraag of het bestuur/RvT meer deuren zou moeten openen om meer sponsorgelden binnen te halen. (Slechts) 20% vindt dat hun bestuur/RvT deze deuren zou moeten openen.
- Meer dan 80% vindt dat zijn/haar gezelschap moet leren om geld te vragen van bedrijven en particulieren. De wens om meer aandacht te besteden aan sponsoring en vriendenverenigingen is duidelijk wel aanwezig.
- Ruim de helft (56%) is van mening dat zij in de toekomst niet meer inkomsten kunnen vergaren uit private fondsen.
- Slechts twee producenten (11%) hebben op dit moment een betalende vriendenvereniging, die jaarlijks € 1.000 oplevert. Een derde (twee producenten) overweegt een betalende vriendenvereniging op te richten, de overige tien (ruim de helft) hebben er geen en overwegen dit ook niet, zie figuur 10.

Figuur 10: aanwezigheid betalende vriendenvereniging



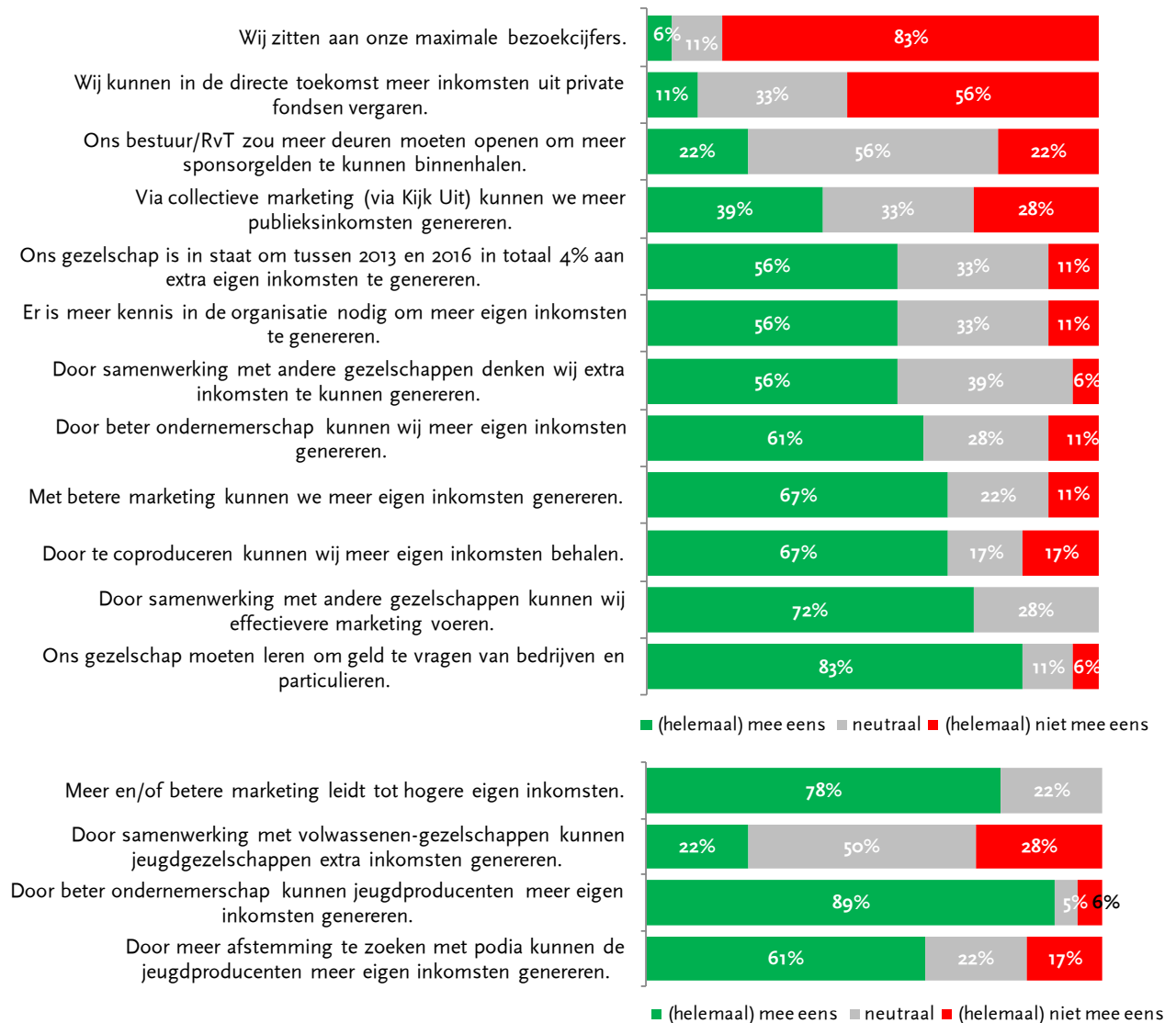
Marketing

Samenwerking met andere gezelschappen draagt volgens 73% (13 producenten) bij aan het voeren van effectievere marketing. En met betere marketing kunnen weer meer eigen inkomsten worden gegenereerd, zo stellen zij. Hierbij verschilt het of de producenten dit op hun eigen gezelschap betrekken of de stelling in het algemeen beschouwen, waarbij de mogelijkheden van marketing voor het eigen gezelschap als minder worden gezien dan de kansen die marketing in het algemeen biedt voor de gezelschappen. Het heeft volgens ongeveer 65% wel degelijk zin de marketing te verbeteren. Deze visie staat tegenover ruim 20% die daar neutraal tegenover staat en ruim 10% die van mening is dat betere marketing niet bijdraagt aan meer eigen inkomsten. Of collectieve marketing (KIJKUIT) daar het instrument voor is, wordt niet duidelijk: de meningen hierover zijn verdeeld. Zo is ongeveer 40% het eens met de stelling dat via KIJKUIT meer eigen inkomsten kunnen worden gegenereerd, terwijl 33% hier neutraal tegenover staat en ruim 27% het hier niet mee eens is.

Stellingen

De uitkomsten van de stellingen zijn verwerkt in de onderwerpen waarop zij betrekking hebben. Over het algemeen kan worden gesteld dat bij ongeveer de helft van het aantal stellingen het aantal neutrale antwoorden vrij groot is, zie de grijze kleur in figuur 11.

Figuur 11: stellingen



Afspraken met subsidiënten

- Alle producenten hebben afspraken met het Fonds Podiumkunsten of het ministerie van OCW.
- Niet alle gezelschappen hebben afspraken met provincie (13 gezelschappen - 72%) en gemeente (11 gezelschappen - 61%).
- De provincie Zuid-Holland heeft met geen enkel gezelschap afspraken. De meeste instellingen in Noord-Holland hebben geen afspraken met de betreffende gemeentes. Verder is opvallend dat (zie ook tabel):
 - de provincie Utrecht geen afspraak heeft met Holland Opera en wel met de andere gezelschappen in de provincie;

- de provincie Noord-Holland geen afspraak heeft met Caspar Rapak en wel met de andere gezelschappen.
- De gezelschappen vinden de eisen van de subsidiënten (op een enkeling na) goed haalbaar, zie tabel.
- Ruim een kwart (5 gezelschappen) vindt de eisen conflicterend met elkaar, zij verschillen in de redenen waarom zij dat vinden. Als redenen worden aangegeven:
 - dat OCW de regio anders omschrijft dan de provincie;
 - dat de eisen conflicterend zijn op het gebied van reservevorming/bedrijfsvoering;
 - dat er geen overleg plaatsvindt tussen de subsidiënten over de balans tussen vrije voorstellingen en schoolvoorstellingen;
 - dat er geen overleg plaatsvindt en/of beleid wordt gevoerd over internationalisering;
- De meerderheid (ruim 60%) wenst geen strakkere afspraken met de structurele subsidiënten, bijna 25% staat hier neutraal tegenover en slechts 15% wenst dit wel.
- De helft wenst niet strakker afgerekend te worden door de subsidiënten wanneer zij niet kan voldoen aan de eisen die de subsidiënten stellen.
- De gezelschappen die worden gesubsidieerd door het Fonds Podiumkunsten geven aan op wisselende onderdelen afspraken te hebben met het fonds. Het fonds lijkt per gezelschap op bepaalde punten afspraken te maken, die specifiek relevant zijn voor dat gezelschap. OCW werkt met dezelfde criteria voor de meeste instellingen en stelt aan de BIS-instellingen eisen op de onderdelen: aantal vrije voorstellingen, aantal voorstellingen op en voor scholen, aantal producties en aantal bezoekers.
- De provincies en gemeentes maken het minst vaak afspraken over het aantal bezoekers, wel lijken zij aantallen voorstellingen en producties ongeveer even belangrijk te vinden, zie ook tabel 11.

Tabel 9: afspraken met provincie en gemeente

producent	provincie	afspraken met provincie	afspraken met gemeente
De Citadel	Groningen	ja	ja
Theater Gnaffel	Overijssel	ja	ja
BonteHond	Flevoland	ja	ja
Het Filiaal	Utrecht	ja	ja
Het Lab	Utrecht	ja	ja
De Dansers	Utrecht	ja	ja
Holland Opera Express	Utrecht	nee	nee
Theatergroep Kwatta	Gelderland	ja	nee
De Stilte	Noord-Brabant	ja	ja
Theater Artemis	Noord-Brabant	ja	ja
Danstheater AYA	Noord-Holland	ja	nee
Speeltheater Holland	Noord-Holland	ja	nee
Caspar Rapak	Noord-Holland	nee	nee
Toneelmakerij	Noord-Holland	ja	ja
Het Laagland	Limburg	nee	nvt*
Meekers	Zuid-Holland	nee	ja
Siberia	Zuid-Holland	nee	ja
Stella	Zuid-Holland	nee	ja

* Ontvangt geen structurele subsidie meer van de gemeente.

Tabel 10: in welke mate zijn de afspraken met subsidiënten haalbaar?

	goed haalbaar	enigszins haalbaar	neutraal	niet goed haalbaar	helemaal niet haalbaar
OCW	77%	15%	0%	8%	0%
FPK	100%	0%	0%	0%	0%
Provincie	57%	43%	0%	0%	0%
Gemeente	86%	7%	0%	7%	0%

Tabel 11: subsidieafspraken op de volgende gebieden

		aantal vrije voorstellingen		aantal voorstellingen op en voor scholen		aantal producties		aantal bezoekers		overig	
OCW	n = 13	12	92%	10	77%	11	85%	11	85%	5	38%
FPK	n = 5	3	60%	2	40%	3	60%	1	20%	0	0%
Provincie	n = 13	10	77%	9	69%	9	69%	6	46%	6	46%
Gemeente	n = 12	9	75%	8	67%	9	75%	7	58%	5	42%

- Hoe kunnen de gezelschappen van elkaar leren?
- De meest voorkomende reacties op deze vraag zijn:
 - goed in elkaars keuken kijken en kennis uitwisselen op het gebied van organisatie en ondernemerschap (5x);
 - elkaar informeren over en het verdiepen in *best practices*, voor wat betreft de commerciële partijen, de volwassenengezelschappen, de dans en orkesten/ensembles (5x).
 - collectieve marketing (2x).



4

Externe analyse

In de externe analyse gaan we in op de politieke, economische en maatschappelijke context. We gaan verder in op de aanbieders, de potentiële bezoeker en de afnemers (scholen en theaters).

4.1 Vraag en aanbod

4.1.1 De aanbieders



Er is geen totaaloverzicht van de markt van producenten voor jeugd en jongeren beschikbaar waardoor het onbegonnen werk is een analyse te maken van het huidige (commerciële en gesubsidieerde) aanbod voor jeugd en jongeren in Nederland. Het *aantal* (vierjarig of tweejarig door OCW of het Fonds Podiumkunsten) gesubsidieerde instellingen kan in kaart worden gebracht, maar het is een complexe exercitie om het totale aantal voorstellingen in kaart te brengen voor deze specifieke doelgroep. En daarbij bieden naast de gespecialiseerde jeugdproducenten diverse volwassenen-gezelschappen als Toneelgroep Amsterdam, Ro Theater, het NDT, Introdans en Het Residentie Orkest (en vele andere gezelschappen) voorstellingen (en soms ook randactiviteiten) aan voor jeugd en jongeren. De omvang van het aantal eenmalige projecten, commerciële producties en zzp'ers die in de theaters en op de scholen spelen is daarnaast niet bekend.

4.1.2 De potentiële bezoeker: jeugd en jongeren

Jeugd en jongeren bezoeken enerzijds met en vanuit school jeugd- en jongerenvoorstellingen en anderzijds bezoeken zij vrije voorstellingen van de gezelschappen in hun vrije tijd. Dit laatste doen zij met (groot)ouders en overige familie. Hieronder gaan we kort in op de doelgroep jeugd en jongeren.

De school

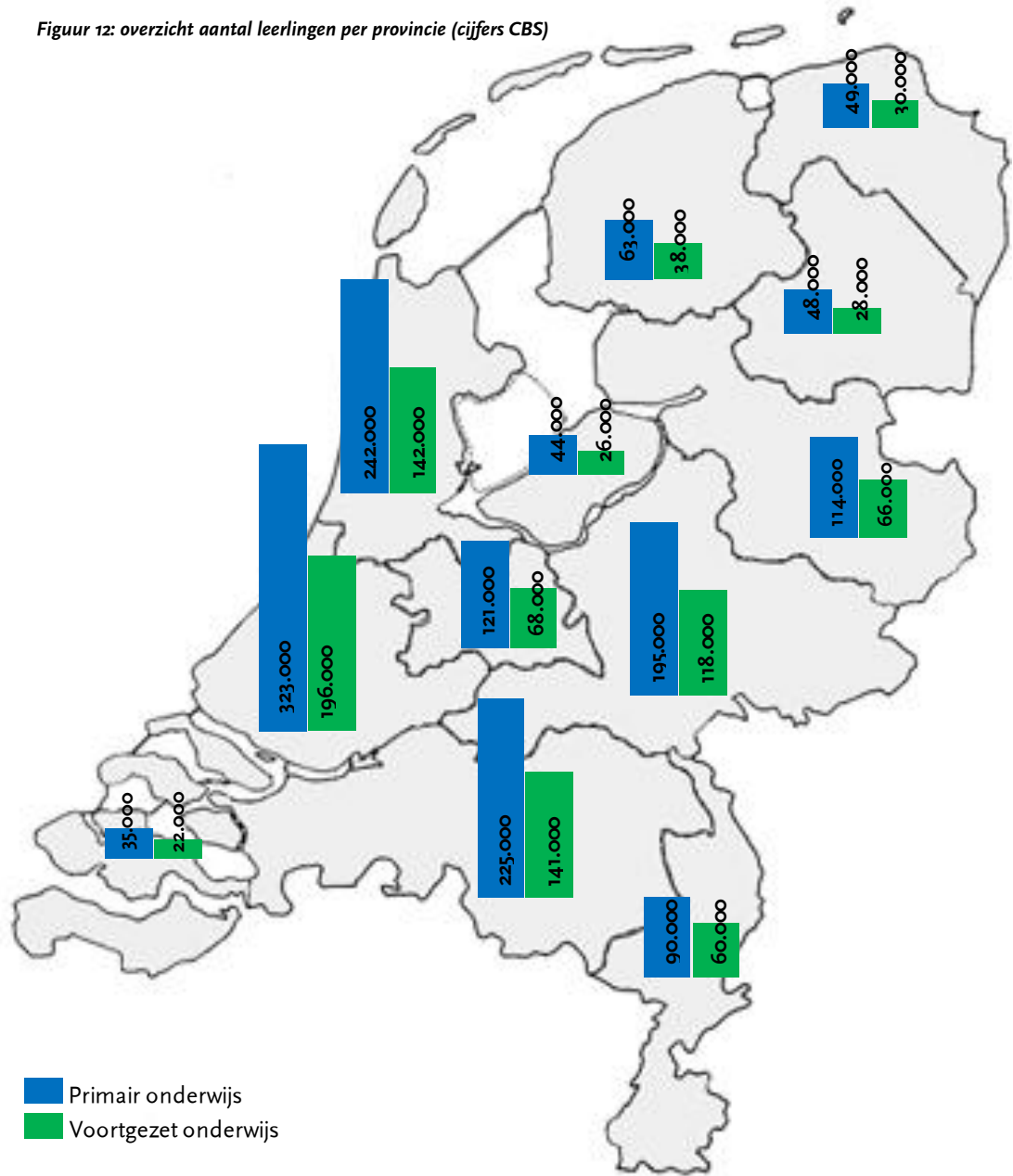
De school is een grote afnemer van de voorstellingen die de jeugdgezelschappen aanbieden. Al dan niet op advies van de steunfunctie zijn het de scholen die bepalen welke voorstelling zij met hun klassen bezoeken of welke voorstelling op hun school wordt gespeeld. Theater en dans concurreren hierbij met andere kunst disciplines als muziek, beeldende kunst en audiovisueel. Het is afhankelijk van de school en de nadruk die deze legt op het onderwijs hoeveel aandacht er daadwerkelijk wordt besteed aan kunst en cultuur.

Primair onderwijs (PO)

In 2009-2010 nemen in Nederland ruim 1,5 miljoen kinderen deel aan het basis-onderwijs, ofwel primair onderwijs (PO). Er zijn twee concentratiegebieden als het gaat om scholieren tussen 6 en 12 jaar – de Randstad en Brabantstad, gevolgd door het KAN-

gebied (het knooppunt Arnhem-Nijmegen). In figuur 12 staat aangegeven hoe de leerlingen van het PO (en het VO) zijn verdeeld over de provincies in Nederland.

Figuur 12: overzicht aantal leerlingen per provincie (cijfers CBS)



In het komende decennium (2010-2020) neemt het aantal kinderen in de leeftijds-categorie van 6 t/m 11 jaar af. Het betreft een afname van 9,5%, ofwel 115.000 kinderen. In de periode 2020-2030 treedt een lichte stijging op.

In 2009 telde Nederland in totaal 6.882 basisscholen. Het totale aantal leerlingen op basisscholen in de gehele Randstad in 2009 bedroeg 592.245.

**Tabel 12: spreiding leerlingen basisonderwijs (6-12jaar)
per gemeente met >15.000 leerlingen (2009-2010)**

Gemeente	Totaal
Amsterdam	58.458
Rotterdam	50.083
Den Haag	43.159
Utrecht	25.553
Almere	21.437
Tilburg	17.390
Eindhoven	16.943
Amersfoort	15.835
Haarlemmermeer	15.672
Breda	15.382

Bron: CBS

Gemeenten met meer dan 15.000 basisschoolleerlingen zijn vermeld.

In het primair onderwijs (PO) is € 10,90 per kind per jaar beschikbaar voor cultuur-educatie (Regeling Versterking Cultuureducatie in het Primair Onderwijs (CEPO) 2008-2011). Deze regeling eindigt in deze vorm met ingang van 2012. Vanaf 2012 zal de subsidie automatisch worden toegekend aan de besturen van alle scholen op basis van de Lumpsum- financiering. Daarnaast ontvangt het primair onderwijs vanuit de Culturele Vorming een bedrag van € 96,64 per jaar per school en € 4,04, per jaar per leerling (in 2011) in de vorm van de VELO gelden. Dit bedrag is geormerkt.⁸ Een snelle berekening laat zien dat er voor 1,5 miljoen leerlingen dus ongeveer een bedrag van 16,3 miljoen euro beschikbaar is voor kunst en cultuur in het primair onderwijs. Dat is ongeveer € 2.500 per basisschool.

Voortgezet onderwijs (VO)

Alle middelbare scholieren in Nederland krijgen vanuit het ministerie van OCW jaarlijks € 15 om (CKV) te besteden bij culturele instellingen. Door deze maatregel ontvangen jaarlijks 930.000 leerlingen een Cultuurkaart met daarop een bedrag van € 15; een chippas waarmee de leerling zelfstandig naar een museum, schouwburg, filmhuis et cetera kan gaan. De school kan er ook voor kiezen het budget klassikaal of collectief in te zetten. De leerlingen die het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) volgen, ontvangen in totaal € 25 (er wordt € 10 door VSB toegevoegd).⁹ De uitvoering van de Cultuurkaart ligt bij het CJP. De (collectieve en individuele) gelden uit de Cultuurkaart worden met name besteed aan de bioscoop (8%), centrum voor de kunsten (20%) en in het theater (16%).¹⁰ Het merendeel van de gelden van de Cultuurkaart wordt collectief besteed, wat betekent dat de docenten bepalen aan welke activiteit het bedrag wordt besteed. Volgens de jaarrapportage Cultuurkaart 2009 van het CJP is € 11,4 miljoen besteed, van de € 14,6 miljoen die beschikbaar was.

4.1.3 Verhouding scholen, gezelschappen en theaters volgens experts

Hieronder hebben we de belangrijkste punten opgenomen die de experts hebben aan-

⁸ Bron: PO-raad. Bekostigingsstelsel basisonderwijs. Programma's van eisen voor het jaar 2011. p. 18.

⁹ Het huidige contract met het ministerie loopt tot en met schooljaar 2011-2012.

¹⁰ Bron: OCW. *Kunst in Cijfers*. p. 40.

gegeven met betrekking tot de scholen, theaters en gezelschappen en hoe zij zich tot elkaar en de doelgroep verhouden:

Volgens de experts op het gebied van cultuureducatie en de beleidsexperts:

- is het huidige aanbod vooral receptief en te weinig actief. Aan dit laatste is juist behoefte op de scholen, zo stelt ook het recent uitgevoerde onderzoek van DSP. Verder wordt in dat rapport aangegeven dat vooral de beleidsmakers en adviseurs de jeugddans “ervaren als te eenvormig en te weinig divers. Zij vinden [...] dat er betere aansluiting zou kunnen ontstaan bij de jeugdcultuur en straatcultuur.”;
- maken de scholen in hun keuze voor een voorstelling vrijwel geen onderscheid of een gezelschap of acteur commercieel of gesubsidieerd is;
- weegt de prijs/uitkoopsom van een voorstelling voor de jongste groepen van het PO voor een school zwaarder dan de kwaliteit van een voorstelling. Hierdoor kiezen zij vaker voor een zzp’er;
- nemen de theaters de contacten met de bezoekers van de vrije voorstellingen voor hun rekening en hebben de scholen op hun beurt de gegevens van hun leerlingen in bezit. Dat betekent dat veel gezelschappen, met name die zonder eigen zaal, relatief weinig concrete (adres)gegevens van hun doelgroep hebben.
- is de bovenbouw van het primair onderwijs een moeilijke doelgroep voor de vrije voorstellingen. Voor deze groep concurreert theater met andere vrijetijdsbestedingen als voetbal, hockey of gaming, of met participatie als muziek- of balletles. Dit wordt bevestigd in het recente onderzoek van de DSP-groep¹¹ naar jeugddans;
- zijn kleuters en kinderen van 4+ en 5+ een relatief makkelijke doelgroep voor vrije voorstellingen. Bij dit soort voorstellingen gaat de hele familie mee;
- zijn de woensdagen steeds minder populair als tijdstip voor de vrije voorstellingen, doordat de ouders in toenemende mate werken en kinderen dan naar de buitenschoolse opvang (bso) gaan;

4.1.4 De theaters

De theaters zijn geraadpleegd via een enquête onder programmeurs. Aan alle deelnemende jeugdproducenten zijn minimaal vijf namen gevraagd van programmeurs die voor een festival of theater programmeren die voor het gezelschap van belang zijn. Dat kunnen theaters of festivals zijn waar de jeugdproducenten veel of juist weinig spelen. Vervolgens zijn, op basis van de input, de namen ontdekt. Er zijn in totaal veertig uitnodigingen voor het invullen van de enquête verstuurd.

Opmerking vooraf

Theaters of festivals die betrokken zijn bij jeugdtheater zijn waarschijnlijk sneller geneigd mee te werken aan de enquête. De resultaten zijn daarom indicatief, maar zijn niet representatief voor de houding van programmeurs van de Nederlandse theaters en festivals. Hieronder staan de belangrijkste resultaten weergegeven.

Respons

- Van de 40 uitgenodigde programmeurs hebben er 17 gereageerd. Hiervan hebben uiteindelijk 12 programmeurs de enquête volledig ingevuld, de respons bedraagt

¹¹ DSP-groep. *Tendensen in de jeugddans en kansen voor de toekomst*. December 2010.

30%. Zie bijlage 1 voor de namen van de theaters/festivals die de enquête volledig hebben ingevuld.

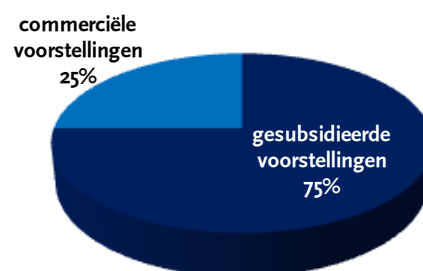
Algemene kenmerken respondenten

- De enquête is ingevuld door programmeurs van 3 festivals (25%) en van 9 theaters (75%).
- Alle theaterprogrammeurs werken voor een theater met meer dan 500 stoelen in de grootste zaal. Twee derde heeft een tweede zaal.

Verhouding voorstellingen

- De theaters bieden gemiddeld bijna 40 voorstellingen per seizoen aan voor jeugd en jongeren. Uitgedrukt in percentage van hun gehele programmering is dit bij alle theaters vergelijkbaar (gemiddeld ruim 12%).
- De theaters geven aan dat gemiddeld 80% van de jeugdvoorstellingen vrije voorstellingen betreft en 20% schoolvoorstellingen. De verhouding tussen vrije voorstelling en schoolvoorstellingen verschilt overigens van 0%/100% tot 55%/45%.
- De theaters geven aan veel vaker gesubsidieerde dan commerciële producties te programmeren, zie figuur 13. Echter is het de vraag of deze verhouding ook geldt voor de bezoercijfers, omdat de commerciële producties vaak in de grote zaal worden geprogrammeerd en daarom meer bezoekers kunnen behalen.

Figuur 13: vraag - welke voorstellingen programmeert u het vaakst?



Waarom jeugdtheater programmeren?

- De programmeurs geven bij een open vraag als reden om jeugdtheater- of jeugddansvoorstellingen te boeken:
 - theater is belangrijk voor de ontwikkeling van kinderen en daarmee voor de maatschappij;
 - theater is een verrijking voor het leven van de jeugd;
 - de kinderen van nu zijn de volwassen bezoekers van later;
 - jeugdtheater maakt deel uit van ons brede aanbod.

Motieven om een productie wel of niet te boeken

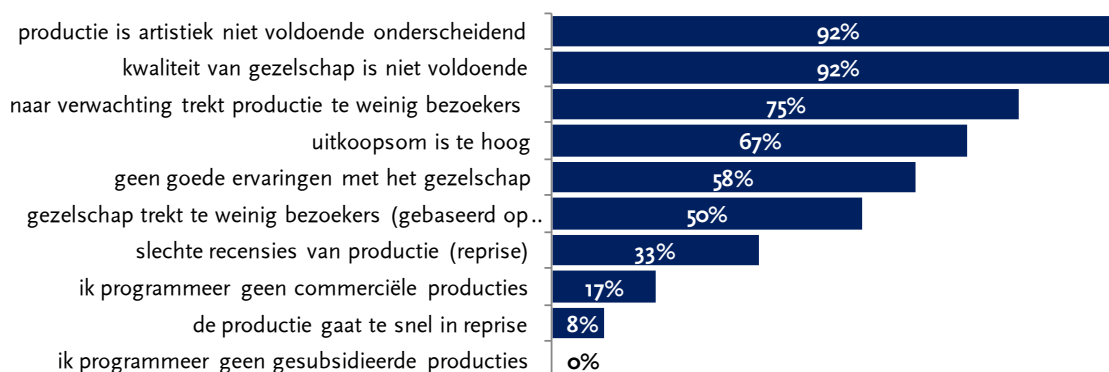
- In figuur 14 staan motieven weergegeven om te bepalen welke producties worden geprogrammeerd. Er staat steeds aangegeven voor welk percentage respondenten een bepaald motief geldt. De naam van een gezelschap en bezoekersaantallen worden door de programmeurs het vaakst genoemd als reden om een productie te boeken.



Figuur 14: motieven om een jeugdproductie te programmeren

* dit betreft bezoekaantallen van vorige producties die het gezelschap in het theater speelde.

- Als redenen om een productie niet te boeken, geven de programmeurs uiteenlopende antwoorden. De artistieke kwaliteit van de productie en de kwaliteit van het gezelschap worden door de bijna alle programmeurs (92%) als redenen gezien om een productie niet te boeken. Ook de verwachting dat een productie te weinig bezoekers trekt (75%) en de hoogte van de uitkoopsom (67%) worden vaak als reden gegeven om een productie niet te boeken.

Figuur 15: motieven om een jeugdproductie niet te programmeren

Stellingen programmeerbeleid

Via stellingen is naar de mening van de programmeurs gevraagd ten aanzien van hun programmering, zie figuur 16. De antwoorden zijn geordend op de meest linkse kolom. Een aantal opvallende percentages:

- Meer dan 90% geeft aan in de programmering te zoeken naar een evenwicht in het aanbod van de verschillende leeftijden en ongeveer een vast aantal voorstellingen te programmeren.
- 75% geeft aan jeugd- en jongerentheater te programmeren omdat het belangrijk is, niet vanwege het financiële resultaat.

- Meer dan de helft boekt niet per se liever bij een gezelschap en ruim 80% van de programmeurs is het niet eens met de stelling dat het financieel interessanter is om via een impresariaat te boeken.
- Enkele theaters (20%) onderhouden momenteel contact met steunfuncties.

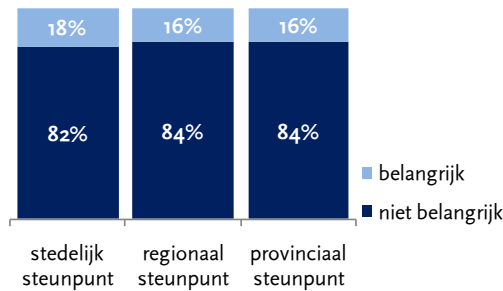
Figuur 16: stellingen

Mijn theater ...	(helemaal) van toepassing	neutraal	(helemaal) niet van toepassing	totaal
zoekt naar evenwicht in het aanbod tussen de verschillende leeftijden.	92%	8%	0%	100%
programmeert jaarlijks een (ongeveer) vast aantal jeugd- en jongerenvoorstellingen.	92%	8%	0%	100%
programmeert jeugdtheater omdat het belangrijk is, maar financieel is het niet interessant.	75%	17%	8%	100%
programmeert elk jaar (grotendeels) dezelfde jeugdgezelschappen, omdat wij een relatie met deze gezelschappen hebben.	73%	9%	18%	100%
programmeert elk jaar (grotendeels) dezelfde jeugdgezelschappen, omdat zij bewezen hebben constante kwaliteit te leveren.	64%	9%	27%	100%
vindt het aanbod dat we het liefst programmeren goed beschikbaar.	58%	17%	25%	100%
programmeert liever kleine zaal dan grote zaalvoorstellingen voor jeugd- en jongeren voorstellingen.	30%	30%	40%	100%
boekt het liefst direct bij het gezelschap.	27%	9%	64%	100%
onderhoudt contact met provinciale steunfuncties.	20%	20%	60%	100%
programmeert graag reprises van succesvolle producties.	18%	45%	36%	100%
programmeert altijd meerdere producties van een gezelschap.	9%	36%	55%	100%
geeft de voorkeur aan jeugdproducties die volwassen-gezelschappen in de theaters brengen.	9%	27%	64%	100%
programmeert altijd meerdere voorstellingen van een productie.	8%	42%	50%	100%
vindt het financieel interessanter om via een impresariaat voorstellingen te boeken.	0%	17%	83%	100%

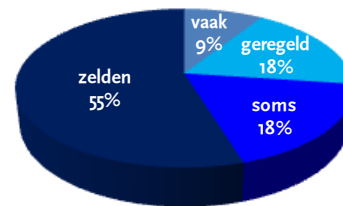
Afspraken met gezelschappen en afstemming andere partijen

- De programmeurs maken vrijwel geen formele of informele afspraken met gezelschappen en impresariaten over de programmering van een bepaald aantal af te nemen producties of voorstellingen.
- Ongeveer drie kwart van de programmeurs onderhoudt contact met scholen over het aanbod dat voor hen interessant is.
- Over het algemeen worden de steunpunten voor de theaters en festivals niet zo belangrijk bevonden door de programmeurs, zie figuur 17.
- Ruim de helft van de programmeurs geeft aan de programmering zelden af te stemmen met andere theaters en festivals, een minderheid doet dit geregeld of vaak, zie figuur 18.

Figuur 18: in welke mate zijn onderstaande partijen belangrijk voor uw theater?



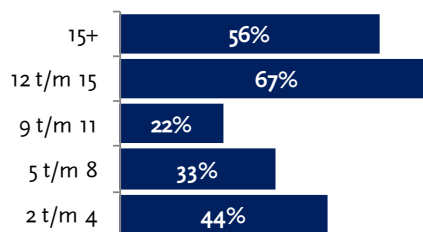
Figuur 17: afstemming programmering met andere theaters?



Het aanbod

- Alle programmeurs geven aan een voldoende tot zeer goed overzicht te hebben van het beschikbare aanbod op het gebied van jeugd en jongeren.
- 75% geeft aan dat er een leeftijdscategorie achterblijft in de beschikbaarheid van het aanbod, 25% geeft aan dat dit niet het geval is. Per leeftijdscategorie gaf deze 75% (n=9) aan welke categorieën achterbleven, zie figuur 19. Overigens wordt hier de categorie 15+ sterk bepaald door de Schouwburg Groningen en het Jonge Harten festival, dat plaatsvindt in de schouwburg in Groningen.

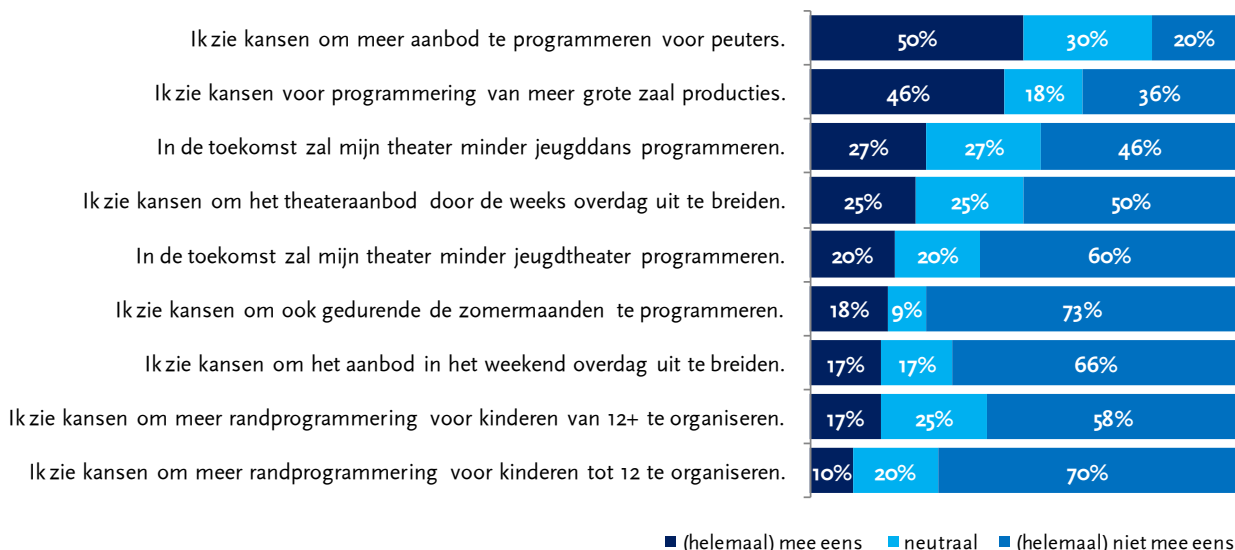
Figuur 19: leeftijdscategorie waarvoor te weinig aanbod beschikbaar is



- Op een zelfde vraag over *discipline* in plaats van *leeftijdscategorie* geeft een derde aan dat er geen discipline achterblijft in het aanbod. De overige twee derde (n=8) is verdeeld over dans, toneel, opera en poppentheater.

In figuur 20 staat aangegeven welke kansen de programmeurs zien voor het theateraanbod. De belangrijkste punten zijn hieronder uitgelicht.

- De meeste kansen zien de programmeurs voor het uitbreiden van de programmering voor peuters.
- In het algemeen zien de programmeurs weinig ruimte om de programmering doordeweeks, en in het weekend overdag, en gedurende de zomermaanden uit te breiden.
- De programmeurs zien weinig kansen om meer randprogrammering (workshops en dergelijke) te organiseren voor jeugd en jongeren.

Figuur 20: het aanbod in de toekomst(stellingen)**Bezetting en inkomsten**

- Twee derde van de programmeurs van theaters (6) is van mening dat de zaalbezetting van de commerciële producenten hoger ligt dan die van de gesubsidieerde producenten.¹²
- Geen van de programmeurs geeft aan dat er ruimte is om de entreprijs van jeugdvoorstellingen te verhogen als middel om de eigen inkomsten van de gezelschappen te vergroten. Als verklaring hiervoor geven zij aan dat:
 - verhoging van de prijs tot uitval van bezoekers leidt en dat cultuur (weer) meer voor de rijkere bovenlaag van de bevolking zal worden;
 - ook met een prijsverhoging de recette – zeker in de kleine zaal – niet boven de huidige uitkoopsom zal uitkomen.
- Alle festivals en ongeveer de helft van de theaters hanteren een gedifferentieerd prijsbeleid op basis van leeftijd.

Cultuurkaart

- 92% van de programmeurs geeft aan dat er minder jongeren naar het theater/festival zullen komen als de Cultuurkaart afgeschaft zou worden.
- Hierop aansluitend is 50% van de programmeurs van mening dat er ook minder schoolvoorstellingen in het theater te zien zullen zijn, 30% is hierover neutraal en 20% geeft aan dat afschaffing van de Cultuurkaart helemaal geen effect zal hebben op het aantal schoolvoorstellingen dat te zien zal zijn in zijn/haar festival of theater.

4.2 Beleid en beleidsontwikkelingen**Visie OCW op eigen inkomsten**

In het advies aan de minister van OCW onder de titel 'Eigen inkomstennormen voor de cultuurproducerende instellingen in de basisinfrastructuur' is gesteld dat 'de minimum-

¹² Twee van de drie festivalprogrammeurs geven aan 'niet van toepassing', één festivalprogrammeur geeft aan dat festivals andere marketingmethodes hebben en deze vraag daardoor niet van toepassing is.

norm het percentage is van de overheidsbijdrage dat instellingen minimaal aan eigen inkomsten verwerven, zoals publieksinkomsten of sponsoring. De minimumnorm bedraagt 17,5 procent en geldt voor alle cultuurproducerende instellingen in de basisinfrastructuur.' Verder wordt in dit document gesteld, 'De groeinorm bedraagt 4 procent (structureel), te bereiken binnen een periode van vier jaar. Ook dit percentage is gerelateerd aan de totale overheidssubsidie. De groeiopdracht komt dus neer op een groei van gemiddeld 1 procent van de totale structurele subsidie per jaar. De groeinorm geldt voor de subsidieperiode 2013-2016 en is van toepassing op alle cultuurproducerende instellingen. De groei wordt gebaseerd op de gemiddelde verhouding van de eigen inkomsten ten opzichte van de subsidie in de periode 2009-2012. Instellingen die al meer dan 30 procent eigen inkomsten realiseren ten opzichte van hun totale structurele subsidie worden in het voorstel van de groeinorm vrijgesteld.'

Reactie Raad voor Cultuur

In het advies van 28 oktober 2009 stelt de Raad voor Cultuur 'geen aanleiding te zien om de voorgestelde percentages ter discussie te stellen. Wel plaatst zij enige kanttekeningen



bij de inhoud van het rapport *Eigen inkomstennormen voor cultuurproducerende instellingen in de basisinfrastructuur*. Zo pleit de Raad onder andere voor meer ruimte om de eigen inkomstennorm genuanceerd en gedifferentieerd toe te passen. Actief en succesvol cultureel ondernemerschap, dat tot een breder maatschappelijk draagvlak leidt, kan zich

volgens de Raad bijvoorbeeld ook manifesteren in activiteiten die niet rechtstreeks bijdragen aan het verwerven van eigen inkomsten. De Raad vraagt zich in het vervolgadvies af of in de uiteenlopende segmenten van de culturele sector wel voldoende groeimogelijkheden zijn om jarenlang aan de norm (gemiddeld 1% groei per jaar) te kunnen voldoen. Daarom onderschrijft de Raad nadrukkelijk het 'pas toe of leg uit'-principe dat in het rapport *Eigen inkomstennormen voor cultuurproducerende instellingen in de basisinfrastructuur* wordt voorgesteld.' In hoeverre dit nog van toepassing is in het licht van het nieuwe regeer- en gedoogakkoord is onduidelijk. Hierin wordt gesteld: 'Het kabinet wil meer ruimte geven aan de samenleving en het particulier initiatief en de overheidsbemoediging beperken. Kunst en cultuur zijn tenslotte ook van en voor de samenleving. Bij verstrekking van subsidies wordt voortaan eerst gekeken naar de mogelijkheden eigen inkomsten te verwerven. Er komt meer aandacht voor de verdien-capaciteit van cultuur.' Het een en ander is én mede afhankelijk van het advies van de Raad voor Cultuur (mei 2011) én de reactie van de Staatssecretaris.

Cultuurkaart voortgezet onderwijs (VO)

Het kabinet Rutte is, zoals aangegeven in het regeerakkoord, voornemens te stoppen met de (financiering van de) Cultuurkaart. De VVD heeft aan CJP, de uitvoerder van de Cultuurkaart, laten weten dat zij op zoek moet gaan naar alternatieve financiering van de Cultuurkaart. Mocht deze alternatieve financiering niet gerealiseerd kunnen worden, dan zal dit een negatief effect hebben op (een deel van) de jeugdproducenten. In het onderzoek van DSP naar de jeugddans geven de dansgezelschappen aan dat de teruglopende

budgetten voor programmering van theaters, de relatief hoge kosten van jeugddans en het mogelijke afschaffen van de Cultuurkaart “maken dat de jeugddans in een lastige positie zit.”

Matchingregeling per 2010 bevroren

In het regeerakkoord staat, ‘De Cultuurkaart en de innovatie- en matchingregeling worden geschrapt.’ De matchingregeling, die per 2009 was ingesteld om de verhoging van de eigen inkomsten te stimuleren, is formeel niet opgeheven maar heeft geen bedrag in kas om de instellingen uit te betalen.

Afschaffen oormerken van € 10,90 (PO)

Experts geven aan dat het aannemelijk is dat de meeste scholen in de toekomst minder geld zullen besteden aan kunst en cultuur, doordat het bedrag van € 10,90 per leerling vanaf 2012 niet meer geormerkt zal zijn. Scholen zullen daardoor naar verwachting minder geld beschikbaar stellen voor bijvoorbeeld busvervoer. De rijkere scholen zullen met ouderbijdragen gaan werken om zo toch aandacht te kunnen besteden aan kunst en cultuur, maar armere scholen kunnen dit niet vragen van de ouders.

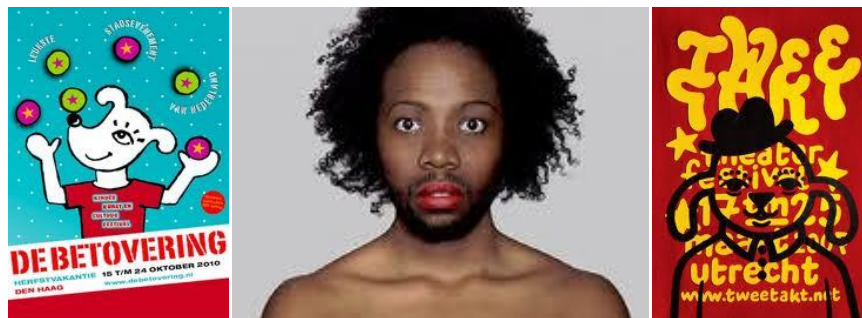
Btw en mogelijke gevolgen



Het lage btw-tarief van 6% voor "het optreden door uitvoerende kunstenaars" wordt per 1 juli 2011 uit Tabel I van de Wet op de omzetbelasting geschrapt. Na 1 juli 2011 moet dan weer - net als vóór 2002 - het algemene btw-tarief van 19% op de gages voor voorstellingen in rekening worden gebracht. Voor voorstellingen in theaters zal dit in mindere mate een probleem zijn, omdat een theater zelf btw-plichtig is en de hogere btw op de gage volledig kan terugvragen. Bij de theaters zal op een andere manier een btw-nadeel ontstaan, omdat vanaf 1 juli 2011 ook de btw op de entreegelden stijgt van 6% naar 19%, waardoor zij hun prijzen moeten verhogen dan wel de hogere btw voor eigen rekening moeten nemen en dus minder budget overhouden om voorstellingen af te nemen. In een brief van de directeur van de Vereniging van Schouwburgen en Concertgebouwdirecties (VSCD) aan de leden van de VSCD, de Vereniging Vrije Theaterproducenten VVTP en de NAPK, geeft de VSCD aan dat er waarschijnlijk door de btw-verhoging een verdere terugval van de kaartverkoop zal gaan plaatsvinden. De VSCD stelt dat dit risico niet volledig voor rekening van de podia dient te komen en dat daarom een heroverweging van de hoogte van uitkoopsommen en garanties op zijn plaats is. De VSCD roept producenten, gezelschappen en podia op kritisch te kijken naar de hoogte van de gevraagde uitkoopsommen en garanties en in de onderhandelingen in te zetten op een realistische risicoverdeling. Naast de theaters, zullen ook voor de scholen de effecten van de btw-verhoging merkbaar zijn. Zij zijn vrijgesteld van btw, met als gevolg dat een hogere btw voor hen leidt tot hogere kosten van de voorstelling. Omdat het budget van de scholen niet meestijgt, betekent dit dat er minder voorstellingen kunnen worden afgenomen. Of het betekent dat de jeugdproducenten de hogere btw voor eigen rekening moeten nemen, maar dan is er voor hen minder budget om de voorstellingen te maken (en/of minder winst).

Minderen steunfuncties

De korting op het Gemeentefonds, een Rijksfonds van waaruit gemeenten worden gefinancierd, door de regering zal lijden tot bezuinigingen bij de gemeenten en dus mogelijk bezuinigingen op de cultuurgelden. In een onderzoek van november 2010 door COELO geven 52 gemeenten aan meer geld aan kunst en cultuur te willen besteden en 364 gemeenten zullen in de toekomst of hetzelfde bedrag of minder geld aan kunst en cultuur besteden. Ook zullen naar verwachting de meeste provincies bezuinigen op kunst en cultuur. Mede hierdoor is de toekomst van de meer dan veertig steunfunctie-instellingen in Nederland onzeker. In het DSP onderzoek staat beschreven dat het wegvallen van de provinciale en stedelijke bemiddelingsorganisaties een punt van grote zorg is. Dit veroorzaakt volgens DSP voor de jeugddans – en voor andere relatief kleine disciplines – direct een distributieprobleem.



Geraadpleegde personen & betrokkenen

Dit onderzoek is tot stand gekomen met medewerking van:

Onderzoeksteam

- Stephen Hodes, directeur LAGroup
- Anneke Jenniskens, adviseur LAGroup
- Marcus Cohen, beleidsmedewerker de NAPK
- Marjolein Snip, beleidsmedewerker de NAPK

Stuurgroep

- Maurice Dujardin, zakelijk leider Theater Artemis, sectie jeugd NAPK
- Willy Smits, zakelijk directeur Stella, sectie jeugd NAPK
- Jan Baanstra, zakelijk leider De Stilte
- Saskia Janse, gedeeld artistiek, zakelijk leider, Speeltheater Holland
- Joop Kuyvenhoven, artistiek producent Bonte Hond en coach piYon-kunstzaken

Instellingen die hebben meegewerkt aan het onderzoek

- BonteHond
- Caspar Rapak
- Dansgezelschap De Stilte
- Danstheater AYA
- De Dansers
- De Toneelmakerij
- Het Filiaal
- Het Laagland
- Het Lab
- Holland Opera Express
- Jeugdtheater Sonnevand
- Meekers
- Oorkaan
- Speeltheater Holland
- Stella Den Haag
- STIP theaterproducties¹³
- Teatro Munganga
- Theater Artemis
- Theater de Citadel
- Theater Gnaffel
- Theater Terra
- Theatergroep Kwatta
- Theatergroep Max
- Theatergroep Siberia
- Toneelschap Beumer & Drost

13 Via interview geraadpleegd, want geen reguliere producent.

Geïnterviewde experts, rijksoverheid, fondsen en RvC

- Pieter Bots, Raad voor Cultuur
- Camiel Vingerhoets, ministerie van OCW
- Niek vom Bruch, Fonds Podiumkunsten
- Freek van Duijn, voorzitter commissie Podiumkunsten Raad voor Cultuur

Geïnterviewde experts, intermediairs en impresariaten

- Gerdie Klaassen, Kunststation C in Groningen (provinciaal steunpunt)
- Titia Lefers en Yvonne Drissen, Adviseurs Ontwikkeling & Onderzoek van Edu-Art in Arnhem (provinciaal steunpunt en advies)
- Herma Roos, Koorenhuis in Den Haag (stedelijk steunpunt)
- Johanna Somers, Stip in Amsterdam (impresariaat en producent)

Best case

- Nele Roels, zakelijke leiding & internationale spreiding De Kopergieterij

Theaters en festivals

- Jonge Harten Festival, Groningen
- Muis Sacrum-Schouwburg Arnhem
- Parkstad Limburg Theaters
- Schouwburg Venray
- Stadsschouwburg Enschede
- Stadsschouwburg Groningen
- Stadsschouwburg Nijmegen
- Stadsschouwburg Utrecht
- Theater De Vest, Alkmaar
- Theaterfestival Boulevard, 's-Hertogenbosch
- TheaterHotel De Oranjerie, Roermond
- Tweetakt Festival, Utrecht



Geraadpleegde documenten

- 3 voor 12, Walter Groenen. *Wegvallen financiële ruggengraat cultuuronderwijs is 'Moord op complete sector'*. Oktober 2010.
- BPP, *verslag bijeenkomst collectieve promotie Jeugdtheater*. maart 2010.
- Berg, Hans Onno van den, directeur VSCD. *Brief aan de leden van de VSCD, VVTP en NAPK: garantiesommen bij btw-verhoging en vraaguitval*. 13 januari 2011.
- Commissie Cultuurprofijt. *Advies: Meer draagvlak voor cultuur*. januari 2008.
- Dick Molenaar. *Onderwijsvrijstelling voor scholen*. December 2010.
- DSP. *Tendensen in de jeugddans*. December 2010.
- Elsbeth Meijer Cultuuronderzoeken. *Doelgroepsegmentatie Jeugdtheater*. Oktober 2009.
- Ministerie OCW. *Tijdelijke regeling aanvulling eigen inkomsten*. Januari 2009.
- Ministerie van OCW. *Kunst in cijfers*. Januari 2010.
- NIBIS(Nieuwe Inkomstennormen Basis Infrastructuur). *Eigen inkomstennormen voor de cultuurproducerende instellingen in de basisinfrastructuur*. Juni 2009.
- PO. Raad *Bekostigingsstelsel basisonderwijs. Programma's van eisen voor het jaar 2011*. 16 september 2010.
- Programma's van eisen voor het jaar 2011
- Raad voor Cultuur. *Advies Eigen Inkomstennorm*. Februari 2010.
- Raad voor Cultuur. *Eigen inkomstennorm voor cultuurproducerende instellingen in de Basisinfrastructuur*. Oktober 2009.
- Regeerakkoord VVD-CDA. *Vrijheid en verantwoordelijkheid*. 2010. Rijksuniversiteit Groningen. *Cultuur in de spiegel: naar een doorlopende leerlijn geïntegreerde cultuureducatie*. Maart 2008.
- Staatsecretaris voor Cultuur, *Adviesaanvraag cultuurbeleid*. 17 december 2010.
- Theatermaker. *Interview Bart de Liefde*. Februari 2011.



Best case - De Kopergietery

De Kopergietery heeft haar activiteiten onderverdeeld in vier pijlers:

1. *Creëren van producties*: De Kopergietery:
 - brengt 4 à 6 nieuwe (grote en kleine) producties per jaar;
 - werkt met professionele makers (regisseurs en acteurs) en vaak ook met kinderen en jongeren;
 - toert met de producties door Vlaanderen, rest van België en het buitenland (vooral in Europa, maar ook erbuiten);
 - maakt geen onderscheid in dans en theater, er wordt interdisciplinair vanuit de cross-over-gedachte gewerkt en er wordt in meerdere talen gespeeld (Frans, Engels, Duits, Spaans en Italiaans);
 - toert met haar producties meestal twee maanden, speelt ongeveer tien dagen in eigen theater; 25% van alle voorstellingen speelt in eigen theater;
 - legt de reprises al vast als een productie nog moet gaan spelen.
2. *Receptieve werking*: nodigen (internationale) gezelschappen uit die spelen in het eigen theater van de Kopergietery, dit zijn 20 à 25 gezelschappen per jaar.
3. *Theaterateliers*:
 - Elke week zijn er ateliers voor kinderen en jongeren van 7 tot 20 jaar, in totaal ongeveer 100 kinderen/jongeren per jaar, cursus duurt 25 weken, kosten € 225.
 - Jaarlijks wordt een selectie gemaakt onder de aanmeldingen, niet alle aanmeldingen kunnen worden verwerkt. Er is een wachtlijst. Veel jongeren blijven meerdere jaren bij de ateliers.
 - Deze kinderen en jongeren komen voornamelijk uit de stad Gent en de regio.
 - Ateliers worden gegeven door docenten die als zzp'er zijn betrokken bij de Kopergietery.
4. *Stad Gent & wijk Rabot*: in de wijk heeft de Kopergietery nog een theater (120 à 130 stoelen). Rabot is een multiculturele achterstandswijk. Het werk van de Kopergietery in deze wijk heeft een meer sociale functie.

Scholen

- De Kopergietery speelt op scholen, maar niet zo veel. Op scholen kunnen reguliere producties niet spelen, doordat scholen technisch niet goed zijn geoutilleerd. Daarnaast vindt de Kopergietery dat leerlingen het theater echt moeten ervaren. Het is zonde als leerlingen bij wijze van spreken in de gymzaal met theater in aanraking komen. Om de magie en de schoonheid over te brengen, is een theater nodig.

Doelgroep

- Het publiek is over het algemeen blank en hoog opgeleid, met uitzondering van het publiek in de wijk Rabot (4e pijler).
- Leerlingen die meedoen aan de theaterateliers zijn vaak vaste bezoekers van de vrije voorstellingen (in eigen zaal).

Bezoekers en prijzen

- In 2009 haalde de Kopergieterij ongeveer 65.000 bezoeken, waarvan 22.000 in eigen zaal en 43.000 via tournees.
- De Kopergieterij bracht 77 schoolvoorstellingen en 232 vrije voorstellingen. Tarieven vrije voorstellingen: volwassenen € 9 en tot 18 jaar € 6, in de praktijk is de ticketprijs gemiddeld € 8;

Subsidie en samenstelling eigen inkomsten

- 90% subsidie van de staat, 3% van de stad, 2% van de provincie.
- € 2 miljoen euro omzet, € 1.325.000 subsidie, € 675.000 eigen inkomsten.
- Functiegebouw bestaat uit 20 fte en een zestigtal zzp'ers.
- In Vlaanderen is het zo geregeld dat wanneer je meer dan € 300.000 van de staat aan subsidie ontvangt, je geen aanspraak mag maken op publieke fondsen of loterijgelden.
- De eigen inkomsten, uitgedrukt volgens de Nederlandse methode (eigen inkomsten uitgedrukt als percentage van de structurele subsidie), bedragen ongeveer 50% (€ 675.000/€ 1.325.000).
- De norm voor eigen inkomsten is in Vlaanderen 12,5%. Dit is al jaren zo en geldt alleen voor het rijk.
- De eigen inkomsten bestaan voornamelijk uit uitkoopsommen (partage is een uitzondering). De uitkoopsommen variëren enorm, afhankelijk van de productie ongeveer € 1.500 à € 1.800. Bij voorstelling in het buitenland vraagt de Kopergieterij altijd een uitkoopson, plus reis- en verblijfskosten en een per diem.
- Jaarlijks ontvangt de Kopergieterij ongeveer € 12.000 aan diverse inkomsten, zoals lezingen (in binnen- en buitenland), masterclasses van de artistiek leider, en auteursrechten.
- Het is volgens de Kopergieterij niet eenvoudig om inkomsten uit sponsoring te halen.
- Er is geen of zeer weinig commerciële zaalhuur. Is wel iets meer dan een aantal jaar geleden, maar de zaal is te vaak bezet om dit structureel in te zetten.
- Mogelijkheden voor synergie (back office, marketing e.d.) moeten niet worden overschat, elke organisatie werkt toch heel anders.
- Er is een toename van concurrentie uit het commerciële circuit.

Overig

- De Kopergieterij is een van de grote jeugdtheatergezelschappen in Gent en omgeving. Er is een stel kleintjes, daar werkt de Kopergieterij mee samen, zij fungeren niet als concurrent. Met de grote gezelschappen in Gent, (NTGent) is omstreeks 2004 samengewerkt in een groot project.
- Overleg Kunsten Organisatie (OKO) (de Vlaamse NAPK) is in samenwerking met een professor van de Universiteit Leuven bezig met een onderzoek naar economische haalbaarheid van theatergezelschappen, het onderzoek is klaar in april 2011.

Uitgelicht

- Veel eigen inkomsten (50%), veelal uit voorstellingsverkoop (recette en uitkoop). Als je 65.000 bezoekers vermenigvuldigt met € 8 ticketprijs, bedragen de eigen

inkomsten ruim € 500.000. Uitkoopsommen zijn dus voor de Kopergietery financieel interessanter.

- Weinig eigen inkomsten uit andere inkomstenbronnen dan voorstellingsverkoop (ongeveer 2% uit lezingen e.d.).
- Maakt geen onderscheid in dans en theater.
- Sterke regiofunctie en sterke binding met vaste bezoekers uit Gent en omgeving.
- Speelt weinig op scholen.
- Speelt veel in het buitenland.
- Geen vast ensemble en geen vaste regisseurs.