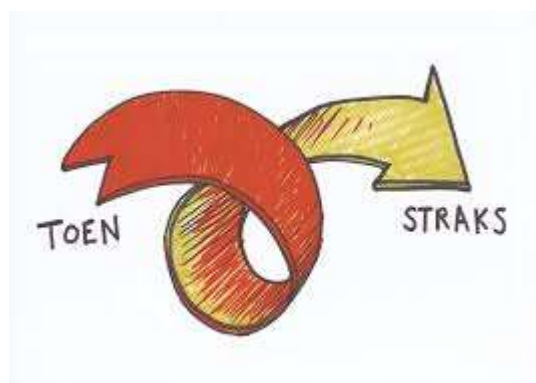




NEDERLANDSE ASSOCIATIE VOOR PODIUMKUNSTEN



BELEIDSNOTITIE 2019-2020*) op weg naar een nieuwe orde

BELEIDSNOTITIE 2019-2020
Op weg naar een nieuwe orde

***) Het is de wens van bestuur en directie om voor een langere periode dan twee jaar het beleid voor te leggen aan de leden. Aangezien er per 2021 een nieuwe kunstenplan-periode start en dit gevolgen heeft voor het culturele beleid -en dus voor de vereniging-, is ervoor gekozen om de periode van twee jaar nog voor één keer te prolongeren.**

I. INLEIDING: WENDBAAR EN FLEXIBEL¹

De economie trekt aan en de aandacht voor kunst staat onder een beter gesternte dan de afgelopen jaren, maar de onrust is nog niet voorbij. En dat geldt niet alleen in de kunstsector. Er wordt in veel sectoren gezocht naar nieuwe structuren en nieuwe orde. Dit veroorzaakt in alle lagen en op alle gebieden onrust en onzekerheid. Er is sprake van een digitale revolutie. Deze maakt met al zijn 'ontgrenzingen' de wereld enerzijds meer bereikbaar, maar knaagt anderzijds ook aan de stoelpoten van de bestaande machten en zorgt zo voor ongemak, stress en boosheid. We passen, kortom, niet meer in de oude structuren. Maar wat zijn dan de nieuwe? De meest wendbaren, mensen én bedrijven, gaan overleven, stelt Jan Rotmans in zijn boek *Omwenteling* (Arbeiderspers, 2017) over de veranderingen in samenleving en economie.

Ook voor NAPK geldt dat we ons moeten verhouden tot die nieuwe orde, dat we wendbaar en flexibel moeten zijn, wil de brancheorganisatie toekomstbestendig zijn. We moeten niet alleen observeren wat er in onze sector gebeurt, maar ook kijken naar andere sectoren en naar de politiek. We moeten onderzoeken en bepalen hoe de positie van podiumkunsten versterkt kan worden en wat dat betekent voor de ontwikkeling van de branchevereniging. Hoewel een echte nieuwe orde zich nog niet aandient, zijn er wel signalen. We zien dat zaken zich in een bepaalde richting ontwikkelen en zien ons geconfronteerd met nieuwe zaken waartoe we ons moeten verhouden.

ALGEMENE TRENDS

Een van de meest genoemde trends is we dat we na een periode die gekenmerkt wordt door snelheid, ongeduld en in korte tijd veel rendement halen, we ons langzaam bewegen richting een tijdperk met andere waarden, waarin de mens en zijn welbevinden meer centraal staat. 'Van rendement naar rendemens' (Jan Rotmans, *Omwenteling*). De nadruk zal daarbij meer liggen op menselijk geluk en aandacht voor de leefomgeving. Van belang daarbij zijn duurzaamheid, milieu, armoedebestrijding, zorg, kunst en cultuur. Consumenten zijn steeds vaker ook zelf producent. Anderzijds tekent zich ook tweedeling af, soms leidend tot polarisatie: arm-rijk, zwart-wit, randstad-regio, rechts-links, autochtoon-allochtoon. Authenticiteit, waarachtigheid en vertrouwen zijn van groot belang, evenals personalisatie en maatwerk. Er is een toenemende behoefte aan geborgenheid, veiligheid, saamhorigheid en mede daardoor is er ook een toename van de meest uiteenlopende samenwerkingsverbanden. Zo ontstaan er steeds meer netwerken, die in elkaar grijpen als concentrische cirkels en die veelal van onderop ontstaan, wars van hiërarchie. Netwerken voeden de behoefte aan live-ontmoetingen en 'live events'. Kennis wordt primair gedeeld, niet afgeschermd. Ook is flexibiliteit gewenst in plaats van vaste patronen, de wens te kunnen wisselen, te kunnen overstappen, bijvoorbeeld naar andere samenwerkingsverbanden.

Duiding en delen

Bij dat alles is er behoefte aan leiderschap, aan wegwijzers. Mensen zijn wereldwijd maar lokaal geworteld. Ze zoeken elkaar in lokaal verband op, maar ook nationaal en internationaal, rondom gemeenschappelijke thema's, interesses en belangen. Bij organisaties zal in 2030 de netwerkorganisatie de dominante vorm zijn. Daarbij is het netwerk 'de baas' in plaats van de directie

¹ Bronnen waaruit is geput: de sites <https://janrotmans.nl>, www.debaak.nl, www.awvn.nl, www.vno-ncw.nl (m.n. het NL next level-programma), de publicaties Rijkens et al, *Grensverleggende brancheorganisaties*, (Berenschot 2015), Jan Rotmans, *Omwenteling* (Arbeiderspers, 2017)

van de organisatie. Dit stelt hoge eisen aan communicatie: er moet voortdurend met elkaar afgestemd worden, solisten zijn doodlopers. De deeleconomie zal de komende jaren nog een vlucht nemen en de bijbehorende structuur zal nieuwe vormen vinden. De westerse culturele hegemonie maakt plaats voor meer culturele diversiteit.

De verwachting is dat in vrijwel alle sectoren het aantal vaste banen afneemt en er steeds meer kortlopende verbanden zijn, ofwel op projectbasis of in kort dienstverband, terwijl duurzaamheid de leidraad zal zijn. Teams worden inclusiever. Ze moeten zich situationeel aanpassen en flexibiliteit is een must. Van werkgevers wordt coachend leiderschap verwacht. Ook de eisen aan werknemers zijn anders: functies zijn trans-disciplinair en competenties zijn veelzijdig: aanpassingsvermogen, mensenkennis, empathisch vermogen, marktkennis, financieel inzicht, snel schakelen, bij zichzelf blijvend en transparant zijn (betrouwbaar). Het ontwikkelen van vereiste vaardigheden van de leiders en teamleden vragen een 'life-long-learning' houding.

Horizon en marsroute

Dit alles heeft gevolgen voor podiumkunstensector, voor de afzonderlijke organisaties, en dus evenzeer voor de NAPK als vereniging. Het is meer dan ooit van belang missie, visie, doelen en (meer)waarden helder te formuleren en daar met het hele team (of zelfs de hele sector) naar toe te werken, en te bepalen wat de magneet -stip aan de horizon- is en wat het kompas -de marsroute-.

Elke organisatie, en ook de sector als geheel, heeft zijn eigen verhaal.

Het is van belang dit 'grote verhaal' te vertellen, dat betekent ook het verhaal vanuit de verschillende blikvelden te benaderen. Eveneens is het van belang het netwerk te organiseren, daarbij volop *social media* in te zetten, daarnaast de *live*-ontmoeting te organiseren en naast je gangbare activiteiten te investeren in nieuwe klanten, nieuwe verdienmodellen, nieuwe digitale mogelijkheden en nieuw perspectief.

Podiumkunsten

Bovengenoemde trends bieden tal van kansen aan onze sector Podiumkunsten. De belangstelling voor menselijke waarden en diepgang, de visie op menselijk handelen (en de gevolgen daarvan voor samenleving en milieu) en de toenemende behoefte aan 'wegwijzers en duiders'. Dit zijn zonder meer factoren in het DNA van de kunsten. De kunsten –de podiumkunsten in het bijzonder- kunnen een steen bijdragen aan het sensibiliseren ('empathiseren') van de samenleving. Kunst en kunsteducatie voor kinderen en jongeren spelen daarin een bijzondere en een belangrijke rol. We moeten ons als sector actief opstellen, flexibel zijn, meebewegen maar ook meesturen en ons verder professionaliseren. We moeten meedenken over meer flexibele organisatievormen, die betaalbaar zijn, en daarin het voorbeeld zijn voor andere branches. We moeten ons de digitale technieken eigen maken, zowel op de planken als achter de schermen en daarmee het succes volgen van de branches die ons daarin voorgaan. Maar ook moeten we ons verder ontwikkelen op het vlak van publieksbenadering: het aanboren van nieuwe publieksgroepen die wellicht ook gezocht moeten worden op andere plekken, het uitbouwen van de interactie met het publiek, live tijdens het optreden, offline en online. Inclusief denken en handelen is daarbij onontbeerlijk en verrijkend. Ons grote verhaal is dat podiumkunsten van essentieel belang zijn voor een weerbare en respectvolle samenleving. De jaren 2019 en 2020 vormen de opmaat naar een nieuwe cultuurnotaperiode die gekenmerkt zal worden door nadruk op *fair practice*, inclusiviteit en de invloed van de regio's op het landelijk cultuurbeleid. De NAPK wil zich sterk maken voor de toekomst.

BELEIDSLIJNEN

De NAPK volgt in 2019 en 2020 beleidsmatig de gestage koers die in voorgaande jaren is ingezet en waarvan de basis wordt gevormd door het doel zoals dat omschreven is in de NAPK-statuten:

Het ondersteunen van de leden bij het realiseren van hun eigen doelstellingen: het produceren, uitvoeren en/of presenteren van podiumkunsten op zo hoog mogelijk kwalitatief niveau, zo efficiënt mogelijk in een gezonde arbeidsmarkt, in binnen- en buitenland, waarbij de belangen van de uitvoerende kunstenaars en die van het publiek centraal staan.

Hieruit zijn de volgende missie, visie, werkgebied en doelen geformuleerd:

Missie

De NAPK ijvert voor een sterk, professioneel, gezond, zichtbaar en toegankelijk podiumkunstenveld, stevig ingebed in de maatschappij en internationaal toonaangevend. NAPK doet dit door het verbinden, informeren, stimuleren en faciliteren van podiumkunstorganisaties en manifesteert zich zodoende als dé branchevereniging en spreekbuis voor de professionele podiumkunsten in Nederland.

Visie

Podiumkunsten zijn van essentieel belang voor de samenleving. Podiumkunsten dienen te zijn ingebed, waarbij producerende en presenterende organisaties samenwerken aan een gezonde, bestendige en professionele sector met een breed palet aan stijlen en vormen, voor een divers publiek. Er is ruimte voor de heterogeniteit aan verhalen en geluiden die ons land rijk is en waar uiteenlopende groepen mensen zich toe kunnen en willen verhouden.

Werkgebied

De branchevereniging richt zich met haar activiteiten op drie domeinen:

1. *Vereniging*, het op orde houden van een stevige en goed georganiseerde vereniging, die in verbinding staat met andere organisaties in het werkveld;
2. *Arbeidszaken*, zoals de Cao Toneel en Dans, de honorariumregeling muziekensembles en alle wet- en regelgeving rondom werken en besturen.
3. *Positionering*, zoals het volgen van en anticiperen op politieke en beleidsontwikkelingen die consequenties hebben voor de podiumkunsten, het agenderen van podiumkunst-specifieke noden en behoeften, bijvoorbeeld op het vlak van inclusiviteit, erfgoed, dataverzameling en –ontsluiting, educatie, talentontwikkeling, internationalisering, collectieve promotie.

Doelen

De doelen liggen in het verlengde van de drie hierboven omschreven domeinen:

1. Een sterke vereniging/brancheorganisatie
2. Goede arbeidsvoorwaarden en veilige arbeidsomstandigheden in een gezonde arbeidsmarkt
3. Stevige positionering van de podiumkunsten in een brede maatschappelijke context

Waar mogelijk wordt samengewerkt met andere koepelorganisaties.

II. VERENIGING

TRENDS

Binnen brancheorganisaties ziet men over het algemeen dat collectiviteit afneemt en leden zich minder betrokken voelen. Ze zijn immers ‘old school’ in een wereld waarin netwerken momenteel van onderop ontstaan. Er is bij veel brancheorganisaties sprake van ‘free riding’ en ‘shopping’. Bij free riding proberen niet-leden mee te liften en gratis gebruik te maken van de diensten die de brancheorganisatie aan de leden biedt. Van shopping is sprake als leden maar een klein deel van de diensten willen afnemen en daarvoor liefst ook maar een deel van de contributie willen betalen. Het verdienmodel van de brancheorganisaties staat onder druk: ‘What’s in it for me?’ is een veel gestelde vraag. Brancheorganisaties worstelen met het vinden van andere verdienmodellen: moeten ze van contributie overgaan op retributie (het zgn. ‘cafeteria-model’), moeten ze kennis exploiteren? Daar staat tegenover dat de behoefte aan het vinden van, en het samenkomen met, gelijkgestemden steeds groter wordt.

Een andere ontwikkeling is dat de bureaus van brancheorganisaties steeds meer gespecialiseerde kennis in huis hebben. Ook wordt er steeds meer belang gehecht aan ‘good governance’. Ook dit herkennen we bij NAPK.

Brancheorganisaties opereren meer en meer proactief in plaats van reactief. “Brancheorganisaties moeten het voortouw nemen in het ontwikkelen van een visie op de sector en hun leden daar actief bij betrekken”, zo stellen Rijkens, Schmidt en Van den Toren in hun boek *Grensverleggende brancheorganisaties* (VNO/NCW/MKB & Berenschot, 2015). Bij brancheorganisaties in alle sectoren staat samenwerking hoog op de agenda, niet alleen vanwege de kennis en financiële voordelen maar ook vanwege de snijvlakken waarop de leden opereren. NAPK is lid van Kunsten ‘92, de Federatie Cultuur en MKB Nederland. Ook is er een sterke internationale oriëntatie, Europa is immers een belangrijke beleidsmaker. NAPK is om die reden lid van Pearle*Europe, de Europese branchevereniging voor werkgeversorganisaties in de podiumkunsten.

We constateren verder dat de NAPK een behoorlijk ‘witte’ vereniging is, die door de buitenwacht ook wel wordt geassocieerd met de gevestigde orde van stevig gefundeerde organisaties door wie veel wordt bepaald voor de rest van de sector. In het verlengde daarvan merken we dat jonge, nieuwe clubjes het belang of de meerwaarde van ons collectief niet zien en/of de contributie te hoog vinden om het uit te proberen. Dit vinden wij geen goede ontwikkeling. De NAPK wil er zijn voor de gehele professioneel werkende podiumkunstensector en juist ook die nieuwe garde wegwijs maken in de veelheid aan taken en opdrachten waar we in onze sector mee te maken hebben. Professionalisering door kennisdeling en deskundigheidsbevordering is hierin een belangrijke factor.

HOE GEVEN WE HIER INVULLING AAN?

Er is bij het bureau voortdurende aandacht voor ledenwerving. En niet zonder resultaat: we zien een langzaam maar gestaag toenemend ledental. We zullen ook in 2019 en 2020 deze inspanning blijven leveren.

Een belangrijke kernwaarde in de vereniging is het structureel faciliteren van ontmoetingen, het bespreken van zaken die het individuele organisatieniveau overstijgen en het delen van kennis. Dat doen we ook in 2019 en 2020 door op reguliere basis sectoroverleggen en platformbijeenkomsten te organiseren, en door -naar behoefte van leden op specifieke onderwerpen- incidentele bijeenkomsten te plannen. Deze bijeenkomsten zijn tevens belangrijke momenten voor het bureau om informatie te delen die is opgehaald in gesprekken met (of beleidsstukken van) overheden,

politiek, collega-brancheverenigingen etc. en andersom om te horen wat er leeft in de sector en wat de gezamenlijke standpunten zijn.

Netwerk bouwen

Er wordt waar mogelijk samengewerkt met partners in de podiumkunsten als VVTP, VSCD, VNPF, de Verenigde Podiumkunstheden, Vlakke Vloeren Platform en VvNO om de positie van de podiumkunsten en/of de leden te versterken. Er is in 2014 gekozen voor een andere opzet van de vereniging die meer recht doet aan hoe de sector werkzaam is: het netwerk. Er is met de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) een intranet opgezet (Spots) dat primair bedoeld is voor informatie-uitwisseling en discussie. Elk lid bouwt binnen NAPK zijn eigen netwerk, zowel door middel van Spots als met de bijeenkomsten en persoonlijke ontmoetingen. Een jeugdtheatergezelschap dat BIS-gefinancierd is en internationaal opereert, kan zich bijvoorbeeld aanmelden voor - en deelnemen aan - de Spots-groepen en de bijeenkomsten van het Platform Jeugdtheater, de sector Theater, de BIS-gezelschappen en het platform Internationaal. In 2019 en 2020 zullen de volgende bijeenkomsten op regelmatige basis georganiseerd worden:

- BIS-overleg voor alle BIS-gefinancierde-organisaties (Theater, Dans, Opera en Jeugdtheater)
- BIS-Theatergezelschappen-overleg
- Ovale Tafel (alle niet-BIS-gefinancierde organisaties)
- Sector Dans
- Sector Muziek
- Platform Jeugdpodiumkunsten
- Platform Internationaal

Afhankelijk van de situatie kunnen ook rondom thema's, deelvakgebieden of sectoren specifieke bijeenkomsten georganiseerd worden, bijvoorbeeld rondom educatie, erfgoed, digitalisering, inclusiviteit, collectieve promotie, muziektheater, etc.

Contributiesysteem

Het huidige sociale contributiesysteem zal gehandhaafd worden: de sterkste schouders dragen de zwaarste lasten. Het basislidmaatschap bedraagt € 500,-, vermeerderd met een percentage van 0,6% van de structureel ontvangen overheidssubsidie met een maximum van € 25.000 per organisatie per jaar. Bij leden die zowel een producerende als presenterende taak hebben, geldt de structurele subsidie voor het produceren als uitgangspunt voor de contributieberekening. Bij organisaties waarbij dit onderscheid niet in de subsidiebeschikking gemaakt wordt (bijvoorbeeld festivals), geldt 50% van de totale subsidie als basis voor de contributieberekening. De mogelijkheid bestaat dat, in het kader de exploitatie van het lang gewenste collectieve Digitale Informatieplatform Podiumkunsten², er in de loop van de komende jaren een contributieverhoging nodig is. Conform de statuten zal dat eerst als voorstel aan de leden worden voorgelegd.

Ledenwerving

Er zal wederom onverminderd worden ingezet op de aanwas van leden. Hierbij zal de komende jaren speciale aandacht gaan naar het vergroten van de diversiteit in de vereniging en naar jonge aanwas. Voor nieuwe leden met alleen projectsubsidie, die niet eerder structurele subsidie ontvingen, wordt

² zie hiervoor het rapport *Digitale Infrastructuur Podiumkunsten*, van de hand van werkgroep die hiertoe werd samengesteld uit vertegenwoordigers van de VSCD (Arjen Berendse en Jaap Lampe), de VVTP (Matthijs Bongertman en Jorg Vlam) en de NAPK (Joachim Fleury en Walter Ligthart)

een nieuwe 'kring' opgericht. Voor nieuwkomers en starters zullen expertbijeenkomsten worden georganiseerd waarbinnen ze wegwijs worden gemaakt op het vlak van goed werkgeverschap en de lobby. Ook zal actief geworven worden in het segment muziektheater/opera, dat tot op heden niet goed vertegenwoordigd is in de vereniging.

Communicatie en verbinding

Binnen de vereniging verloopt de communicatie voornamelijk via intranet (Spots) en via de bijeenkomsten. Het delen van informatie van het bureau met de leden gaat inmiddels redelijk goed. Spots zou nog meer benut moeten worden voor onderlinge discussie van leden, vragen en kennisdeling tussen leden onderling. Hier zal in 2019-2020 extra aandacht naar uitgaan.

Op het vlak van ledenwerving blijkt dat de persoonlijke benadering het beste werkt. Bureau en bestuur zetten hier actief op. Ook de leden wordt gevraagd actief mee te werken aan de werving. Een grotere vertegenwoordiging betekent een sterkere lobby en meer invloed. In het kader van de lobby zal NAPK actiever dan voorheen naar buiten treden rondom zaken die spelen en zal er ruchtbaarheid gegeven worden aan successen van NAPK- en of sectoractiviteiten..

Om de collectieve standpunten van de vereniging naar buiten toe te brengen en stakeholders te informeren en/of beïnvloeden, maakt de NAPK gebruik van verschillende communicatie-instrumenten zoals (openbare) brieven, de online community Spots, sociale media, persberichten, interviews, speeches en toespraken, deelname aan externe besturen en bijeenkomsten. Daarnaast wordt er veel mondeling overleg gevoerd en informatie uitgewisseld, zowel gedurende formele (leden)bijeenkomsten als tijdens informele bijeenkomsten zoals premières, festivals en congressen. De NAPK speelt een actieve rol en is zichtbaar door van verschillende werkgroepen die met partners zijn opgezet de coördinatie op zich te nemen.

Om extra aandacht te vragen voor het werkdomein van leden, om de beeldvorming positief te beïnvloeden en om publiek op de been te brengen, sluit de NAPK waar mogelijk aan bij collectieve promotieactiviteiten.

III. ARBEIDSZAKEN

TRENDS

De arbeidsmarkt is sterk in beweging, zowel landelijk als in de podiumkunsten. Bestaande wet- en regelgeving sluiten niet altijd meer aan op de behoeften van de arbeidsmarkt van nu. Het blijkt echter niet eenvoudig om dit op te lossen. Zo leidt de door het kabinet geambieerde nieuwe regelgeving voor zzp'ers al jarenlang tot veel discussie. Doel van deze regelgeving is o.a. het tegengaan van schijnzelfstandigheid en het bevorderen van dienstverbanden zonder dat ondernemerschap erdoor wordt belemmerd.

De podiumkunsten zijn een sector waarin in wisselende constellaties geproduceerd wordt. De sector is gebaat bij de zogenaamde flexibele schil. Vaak vinden opdrachtgevers en opdrachtnemers dat werken in loondienst niet (meer) passend en wenselijk is bij de projectmatige werkwijze in de sector en bij de gemengde beroepspraktijk van een toenemend aantal podiumkunstenaars. Maar ook in de podiumkunstensector komt schijnzelfstandigheid voor, al dan niet veroorzaakt door te lage subsidie voor de prestatie-eisen die er gesteld worden. Uit het advies *Passie Gewaardeerd* (SER en Raad voor Cultuur 2017) blijkt dat de arbeidsmarkt in de culturele en creatieve sector zorgelijk is.

Schijnzelfstandigheid en een (onevenredig) grote inzet van stagiairs en vrijwilligers gaan gepaard met een zeer zwakke inkomenspositie van veel werkenden. Inmiddels is niet alleen de sector zelf druk bezig om de knelpunten aan te pakken en *fair practice* (goed werkgever- en goed opdrachtgeverschap) te bepleiten, maar ook beleidsmakers en politici zien de noodzaak tot het verbeteren van de arbeidsmarkt in de sector.

De grote uitdaging voor de komende jaren is om de gewenste flexibiliteit in arbeidsrelaties mogelijk te maken en tot wet- en regelgeving te komen die behalve het bieden van de gewenste flexibiliteit ook verschillen tussen werknemers en zelfstandigen verkleint en zo oneigenlijke concurrentie tussen deze beide groepen tegengaat. Er moet onderzocht worden hoe de inzet van arbeid wellicht anders kan worden georganiseerd: flexibel en tegelijkertijd zodanig dat een redelijk niveau van arbeidsvoorwaarden en sociale voorzieningen, met aandacht voor duurzame inzetbaarheid, geborgd blijven.

HOE GEVEN WE HIER INVULLING AAN ?

- doorontwikkeling van de Cao Toneel en Dans, waaronder verplichtstelling pensioen en avo omscholingsregeling dansers; verkennen van aansluitmogelijkheden van andere podiumkunstbranches zoals opera en muziek;
- effectieve inzet en goed gebruik van het Sociaal Fonds Podiumkunsten (SFPK);
- bevorderen van harmonisering en verbetering arbeidsvoorwaarden in de muzieksector;
- bevorderen van adequaat arbobeleid gericht op veiligheid en gezondheid op de werkvloer, waaronder het tegengaan van ongewenste omgangsvormen;
- uitvoering van de Arbeidsmarktagenda, waar mogelijk samen met andere brancheorganisaties;
- bij subsidiënten, met name Fonds Podiumkunsten (FPK), aandringen op reële subsidiebudgetten (en jaarlijkse indexering daarvan) voor arbeidsvoorwaarden en passende prestatie-eisen;
- inspanning voor wet- en regelgeving (samenhangend arbeidsrecht, sociaal verzekeringsrecht en fiscaal recht) gericht op flexibiliteit in arbeidsrelaties;
- behoud en continuïteit van de expertise binnen de NAPK op arbeidsmarkt gerelateerde onderwerpen.

IV. POSITIONERING

TRENDS

Het maatschappelijk belang van podiumkunsten wordt vanuit de overheid steeds nadrukkelijker genoemd als legitimering voor subsidie. 'Maatschappelijk belang' is een containerbegrip dat kan refereren aan nieuwe publieksgroepen bereiken, educatieve activiteiten ontplooiën, inclusiviteit bewerkstelligen, (politieke) stellingname en debat entameren, enzovoort. Het gaat over impact maken, relevant zijn.

In het voorjaar van 2019 zal de Raad voor Cultuur met een stelseladvies komen, in antwoord op de adviesaanvraag van de minister en de diverse regio's die cultuurprofielen hebben opgesteld. Voor de zomer van 2019 zal de minister haar uitgangspuntenbrief aan de Tweede Kamer sturen. De belangrijkste vragen voor de podiumkunsten zijn:

- wat de plek van de podiumkunsten is in de regionale cultuurprofielen en wat de consequenties daarvan zijn voor het toekomstige rijksbeleid;
- of er meer op afname gefinancierd gaat worden door het Rijk (OCW en FPK) en wat dat betekent voor het rijksbudget voor productie;

- hoe de arbeidsmarktagenda zijn beslag krijgt en of er meer middelen worden uitgetrokken voor degelijke arbeidsvoorwaarden of dat de prestatie-eisen naar beneden worden bijgesteld;
 - of de BIS wordt uitgebreid (specifiek voor jeugddans, jeugdtheater en muziek), en verlengd naar zes jaar;
 - of het FPK een aparte regeling gaat ontwikkelen voor meer functiegerichte podiumkunstorganisaties die meer continuïteit nodig hebben dan nu het geval is;
 - hoe er met diversiteit en inclusiviteit wordt omgegaan in de subsidievoorwaarden;
 - of er een deugdelijke ondersteuningsstructuur voor de podiumkunstensector wordt opgetuigd.
- In 2020 wordt bekend gemaakt welke instellingen in aanmerking komen voor de subsidieperiode 2021-2024, en onder welke voorwaarden. Na 2020 gaat de nieuwe Cultuurnotaperiode van start.

HOE GEVEN WE HIER INVULLING AAN?

De NAPK ziet het als haar taak om als behartiger van de belangen van de leden de overheden en de adviserende gremia te wijzen op de autonomie van de kunstenaars en de essentie van de artistieke productie. In veel gesprekken wordt de conversatie gedomineerd door het begrip maatschappelijke relevantie waardoor toegepaste kunst de plek van autonome kunst lijkt te verdringen, terwijl het een breed spectrum van aanbod is, waar het een naast het ander kan bestaan en beide einden van dit spectrum hun eigen verhouding met de samenleving c.q. toeschouwer hebben en daar relevant in zijn. Maatschappelijke relevantie is immers een *conditio sine qua non* voor de kunsten. In essentie gaat het om kunst-producerende organisaties, die vanuit die kern hun relevantie waarmaken. Met dat besef als uitgangspunt zal de komende twee jaar de nadruk liggen op het goed informeren van de politiek, de minister en haar ambtenaren, en de Raad voor Cultuur over wat er nodig is voor een goed functionerende podiumkunstensector in de periode 2021 en verder.

Daarnaast is het ook de taak van de vereniging om de politiek-beleidsmatige ontwikkelingen te duiden, de gevolgen voor de leden in kaart te brengen en terug te koppelen naar de achterban. Sommige ontwikkelingen worden agendapunten voor de vereniging, omdat we zien dat het een fundamentele koerswijziging in het overheidsbeleid betreft óf omdat we constateren dat er gaten in het bestel zijn gevallen die op langere termijn afbreuk doen aan de vitaliteit en professionaliteit van de branche. Denk hierbij aan de noodzaak om actief werk te maken van een inclusieve sector, en aan het ontbreken van een behoorlijke ondersteuningsfunctie in de podiumkunstensector (erfgoed, debat en reflectie, dataverzameling en analyse).

Verder wordt, als de leden dat wenselijk of nodig vinden, (deel)sectorspecifiek ingezet op beïnvloeding van subsidiënten, externe partijen of de publieke opinie.

.....

ORGANISATIE VAN DE VERENIGING

BESTUUR

Het bestuur van de vereniging bestaat uit zes leden, van wie er drie onafhankelijk zijn (waaronder de voorzitter). De andere bestuursleden zijn de vertegenwoordigers van de sectoren die er zijn binnen de NAPK.

Het bestuur wordt per 1 juli 2018 gevormd door Joachim Fleury (voorzitter, onafhankelijk), Marie Pauline Lauret (penningmeester, onafhankelijk), Ernestine Comvalius (secretaris, onafhankelijk), Harmen van der Hoek (namens theatergezelschappen), Erik Pals (namens dansgezelschappen), Tido Visser (namens muziekensembles).

Het bestuur vergadert gemiddeld vier keer per jaar, waarvan twee keer ter voorbereiding van de algemene ledenvergaderingen. Het bestuur volgt de principes van de Governance Code Cultuur, bestuur en bureau volgen de Code Culturele Diversiteit (c.q. Inclusiviteit).

Rooster van aan- en aftreden bestuur

Naam	Eerste benoeming	Termijn eindigt	2 ^e termijn eindigt
Joachim Fleury (secretaris)	20-05-2010	20-05-2013	30-04-2015
Joachim Fleury (voorzitter)	01-05-2015 vervanging Hoes tot: 20-05-2016	20-05-2019	
Marie Pauline Lauret	01-01-2014	01-01-2017	01-01-2020
Ernestine Comvalius	01-06-2016	01-06-2019	01-06-2022
Harmen van der Hoek	24-04-2018	24-04-2021	24-04-2024
Erik Pals	11-10-2016	11-10-2019	11-10-2022
Tido Visser	01-07-2018	01-07-2021	01-07-2024

BUREAU

Het NAPK-bureau bestaat uit een vast team van vier mensen: de directeur (1,0 fte), de twee senior beleidsmedewerkers (1,6 fte) en de officemanager (0,9 fte), op tijdelijke basis aangevuld met een communicatiemanager (0,6 fte), met wie de verbintenis in 2019 wordt voortgezet in de vorm van een vaste aanstelling voor 0,4 fte. Op incidentele basis worden zzp'ers ingehuurd, o.a. als producent, spreker, workshopleider, voorzitter of onderzoeker.

Het NAPK-team wordt momenteel (peildatum 1-11-2018) gevormd door Yolande Melsert (directeur), Lineke Burghout (senior beleidsmedewerker Werkgeverszaken), Iris Daalder (senior beleidsmedewerker Positionering), Marloes Reus (officemanager) en Marlies Oele (communicatiemanager).

LEDEN EN LIDMAATSCHAP

Op dit moment (peildatum 1-11-2018) zijn 93 organisaties aangesloten bij de NAPK: kleine, middelgrote en grote organisaties uit de theater-, dans- en muzieksector en mengvormen hiervan, van verschillende stijl, met uiteenlopend repertoire, verspreid over heel Nederland. Gezamenlijk staan ze voor de grote diversiteit die het Nederlandse gesubsidieerde podiumkunstenlandschap rijk is. Bij aanvang van het lidmaatschap wordt door het bestuur bepaald in welke sector het nieuwe lid wordt toegelaten. Per 1-1-2019 wordt aansluiting verwacht van minimaal 3 nieuwe organisaties.

VERENIGINGSBIJENKOMSTEN

Naast de eerder genoemde 'deelbijeenkomsten' (zie vereniging) vindt er ten minste twee keer per jaar de Algemene Ledenvergadering (ALV) plaats. Op de ALV in het voorjaar is een vast punt op de agenda goedkeuring van de jaarrekening van het voorgaande jaar door de leden. Een terugkerend punt op de agenda van de najaars-ALV is de goedkeuring van de begroting voor het komende jaar. Sinds 2015 wordt er op elke ALV, na de vaste agendapunten, met de leden in het tweede uur van de vergadering een thema uitgediept dat op dat moment de aandacht heeft binnen de podiumkunsten. Dit gebeurt in de vorm van een interview of presentatie, gevolgd door een debat. De sprekers kunnen zowel intern van de vereniging zijn of externe deskundigen.