

**FONDS ON
TOUR**

SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR

**SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR**

SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR

**SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR**

SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR

**SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR**

SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR

**SUPPLEMENT
FONDS ON
TOUR**

**FONDS
PODIUM
KUNSTEN**
PERFORMING
ARTS FUND **NL**

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	4
PODIUMKUNSTEN SLAAN LOKAAL EN LANDELIJK DE ANKERS UIT	8
NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIGE ORGANISATIE VAN DE PODIUMKUNSTEN	18
VERANDERENDE KUNST VOOR EEN VERANDEREND PUBLIEK	28
BRONNENLIJST	38
COLOFON	40

INLEIDING

De bezuinigingen die bijna vijf jaar geleden werden aangekondigd en die tweeënhalve jaar geleden daadwerkelijk zijn doorgevoerd hebben vanzelfsprekend nog steeds een enorme impact. Maar het besef dat de bezuinigingen zeker niet het enige en misschien zelfs niet het grootste obstakel vormen voor een bloeiend podiumkunstenveld is sterk groeiende. Of iets positiever geformuleerd: ook zonder die draconische bezuinigingen zouden er behoorlijk wat grote uitdagingen bestaan. Zo kunnen we weliswaar steeds beter, maar nog altijd niet helemaal overzien wat onze sterk en snel veranderende samenleving voor gevolgen heeft voor het produceren en consumeren van kunst.

Het zijn kortom turbulente tijden en niemand heeft de wijsheid in pacht. Bij het Fonds Podiumkunsten vonden we het daarom belangrijk verschillende 'perspectieven' actief te betrekken bij onze beleidsvoorbereiding. Fonds on Tour vormde ruim anderhalf jaar een letterlijk en virtueel platform waarop het Fonds Podiumkunsten in gesprek ging met heel veel verschillende betrokkenen-bij-de-podiumkunsten. Startpunt vormde de vraag wat er nodig is voor een bloeiende en gezonde toekomst van de podiumkunsten.

Dit Supplement is de weerslag van verhitte discussies, enthousiaste pleidooien en nieuwe inzichten.

Naast de evaluaties van subsidieregelingen, onze jaarverantwoordingen, het advies van de Raad voor Cultuur en de uitgangspuntenbrief van minister Bussemaker is het een pijler onder de denkrichtingen voor de periode 2017-2020.

Henriëtte Post

Directeur-bestuurder Fonds Podiumkunsten

SLAAN LOKAAL
EN LANDELIJK DE
ANKERS UIT

PODIUMKUNSTEN
SLAAN LOKAAL
EN LANDELIJK DE
ANKERS UIT

DIUMKUNSTEN
AN LOKAAL
LANDELIJK DE
KERS UIT
UNSTEN
KAAL
LIJK DE
UIT

PODIUMKUNSTEN SLAAN LOKAAL EN LANDELIJK DE ANKERS UIT

Podiumkunsten hebben we het liefst overal in het land. Wie wil nou niet dat wat mooi of interessant is op zoveel mogelijk plekken te zien is, opdat zoveel mogelijk mensen ervan kunnen genieten? Spreiding is al sinds decennia een hoeksteen van het cultuurbeleid, met als doel kunst toegankelijk te maken voor alle Nederlanders.

De laatste jaren krijgt het denken over spreiding er nieuwe dimensies bij. Het blijft een belangrijke praktijk om door het land te reizen met werk dat op één plek is gemaakt, maar er zijn allerlei nieuwe manieren bij gekomen om publiek uit het hele land te trekken. Een belangrijk streven daarbij is een steviger relatie tussen aanbod en afname. Steeds vaker zien we ook dat werk speciaal voor een bepaalde regio of stad wordt gemaakt, met mensen, thema's en verhalen van die plek.

Makers profileren zich lokaal

Veel podiumkunstenaars voelen de behoefte om nauwere verbintenissen aan te gaan met hun publiek, een wens die wordt gedeeld door bezoekers. Zij zoeken in de podiumkunsten steeds vaker een plek om ervaringen, emoties en ideeën uit te wisselen. Om de beoogde band op te bouwen met bezoekers strijken makers steeds vaker voor kortere of langere tijd neer op een plek om daar naast hun voorstellingen verschillende activiteiten te ontplooiën, of om in samenspraak met bewoners nieuwe voorstellingen te maken over thema's die juist in die omgeving leven. In het beste geval slaan ze daarvoor de handen ineen met theaters, waarbij ze samen de verantwoordelijkheid nemen voor het aantrekken van publiek. Een veelgehoorde wens onder makers is om vaker voor langere tijd op een plek te kunnen landen en vaker terug te keren naar dezelfde plaatsen, waar ze dan tevens activiteiten kunnen ontplooiën in samenwerking met universiteiten, bedrijven en lokale kunstinstellingen. Ook de wens om langere series te spelen van eenzelfde productie hoort daarbij. Voor een deel beweegt het veld zich al in deze richting. Een interessante observatie in dit opzicht is dat van de voorstellingen en concerten die het Fonds ondersteunt nu al bijna de helft plaatsvindt in de standplaats van het gezelschap of ensemble. Standplaatsen zijn bovendien beter verspreid door het land; groepen concentreren zich wat minder dan vroeger in dezelfde steden.¹

Tijdens Fonds on Tour pleitte een deel van de aanwezigen ervoor dat makers en producenten steviger banden ontwikkelen met een kleiner aantal podia, in plaats van hun aanbod zo ruim mogelijk te spreiden door het land. Door intensievere samenwerking tussen podia en de gemeenten of regio's waarin zij gevestigd zijn kan immers een hechter band worden gesmeed met het publiek. Bovendien kunnen makers vanuit zo'n lokale impact hun vleugels vervolgens breder uitslaan. De werkwijzen en inzichten die ze hebben opgedaan tijdens intensieve werkprocessen op één locatie zijn vervolgens ook toe te passen in ruimer verband.

Pop-up, flits- en festivalbespelingen nemen toe

Schijnbaar tegenstrijdig aan de wens om langer of vaker op één plek te spelen is de steeds populairder flits- en pop-up-programmering, waarbij gezelschappen of makers opdoemen op een plek, daar kort maar intensief aanwezig zijn en vervolgens weer hun boeltje pakken, al dan niet om naar een volgende plek te trekken. De ruime aanwas aan nieuwe communicatiemiddelen, distributiekanaalen en logistieke verbindingen maakt het mogelijk nieuwe speelplekken te ontdekken en te ontginnen en daar doelgroepen te mobiliseren. Makers sluiten hiermee aan bij het dynamische karakter van de huidige maatschappij, waar potentiële bezoekers nieuwsgierig zijn naar het onverwachte – op plekken waar ze al dan niet naartoe gaan om zich te laten verrassen. Een variant hiervan is het spelen op festivals, waar groepen vaak maar een of enkele dagen neerstrijken voor een paar intensieve voorstellingen. Weliswaar worden hiermee niet per se langduriger relaties opgebouwd met specifieke toeschouwers, maar zulke groepen kunnen in het land wel een *buzz* veroorzaken en publiek aantrekken dat anders niet zo snel warmloopt voor theater of muziek; denk aan de festivalvoorstellingen die jaarlijks van zomer- naar zomerfestival trekken en overal volle zalen, tenten en parken genereren. Ook dit is een belangrijke manier om aanbod en afname op elkaar af te stemmen.

Hierbij moet wel worden aangetekend dat de steeds verdergaande 'festivalisering' niet als volwaardig alternatief kan worden gezien voor programmering in bestaande theaters. Festivals doen veel met weinig middelen, maar die tijdelijke structuur geeft ook beperkingen. Ook tijdens Fonds on Tour werd bijvoorbeeld benadrukt dat ons land een technisch goed geoutilleerde stenen infrastructuur kent; het zou kapitaalvernietiging zijn om daar geen gebruik van te maken. Festivals en theater op incidentele buitenlocaties zouden nadrukkelijk een aanvulling moeten vormen op wat op de reguliere podia gebeurt. Dat makers en publiek steeds vaker uitwijken, heeft deels dan ook te maken met de functieopvatting van sommige podia, die niet overal gelijke tred heeft gehouden met de veranderingen in de smaakvoorkeuren en het gedrag van

het publiek en de ideeën van vooral jonge makers. Een betere aansluiting tussen podia enerzijds en makers en publiek anderzijds is daarom wenselijk. In het verlengde hiervan valt de observatie dat podia steeds vaker incidenteel programmeren, waarmee makers min of meer gedwongen worden tot korte, snelle presentaties, eerder dan dat hun duurzamer speelgelegenheid wordt geboden. Sommige kleine podia uitten tijdens Fonds on Tour de wens nog korter van tevoren te kunnen programmeren om zo sneller te kunnen inspelen op de actualiteit. Dit kan werken als podia daarbij uit een kleinere poule van makers putten, die vaker bij ze terugkomen. Als het echter betekent dat makers geen vaste grond meer onder de voeten krijgen in het veld, dan kan het de mogelijkheid belemmeren om een duurzame relatie op te bouwen met podia en publiek – en wijken ze wellicht nog vaker uit naar alternatieve speellocaties.

Producties staan vaker in de kleine zaal

Een heel andere, maar eveneens vermeldenswaardige manier waarop makers en gezelschappen een nauwere band opbouwen met publiek is om verspreid door het land meer voorstellingen in kleine(re) zalen te spelen. Dit maakt het groepen mogelijk beter in te spelen op de nichemarkten die zich steeds scherper vormen en die zich via social media en andere nieuwe communicatiemiddelen kunnen ontwikkelen. Publiek dat zich voorheen misschien niet thuis voelde bij de traditioneler podiumkunstvormen kan hier gemakkelijker aanhaken en gelijkgestemden ontmoeten.

Het is in de huidige subsidieperiode ook een bewust beleid van het Fonds om zich meer te richten op het 'midden- en kleinbedrijf' van de podiumkunsten. Zowel dat beleid als de tendens van makers om de kleine- en middelgrote zalen meer op te zoeken, komen tot uitdrukking in de cijfers: de meerjarig gesubsidieerde instellingen trekken weliswaar 50 procent meer bezoekers per productie (en 30 procent meer bezoekers in totaal per jaar), maar het aantal bezoeken per voorstelling is tegelijkertijd licht gedaald, wat duidt op meer kleinezaalbespeling.²

2. Jaarverslag 2014, Fonds Podiumkunsten (2015), p. 7

Spreiding kan ook anders

Waarvoor moet worden gewaakt in een landschap waar meer gezelschappen zich lokaal verankeren en langere series op minder plekken spelen, is dat ook de potentiële bezoekers die zich buiten die contreien ophouden niet worden vergeten. De bereidheid om voor podiumkunstaanbod te reizen is klein, zoals Cees Langeveld aantoonde in zijn proefschrift over de economie van het theater.³ Mensen nemen nog wel de trein of de auto voor het conventioneel, populairder aanbod, maar voor voorstellingen die meer experimenteel van aard zijn hebben ze geen lange reis over; driekwart van het publiek woont binnen een straal van zeventien kilometer van de voorstellingslocatie.

3. 'Economie van het Theater', Cees Langeveld, Erasmus University Rotterdam (2006), p. 54 Als die beperkte reisbereidheid van het publiek zich voortzet en er geen verandering komt in de tendens dat gezelschappen en makers zich concentreren op een beperkt aantal plekken, dan zou het een overweging kunnen zijn voor het Fonds om ook andere mogelijkheden van spreiding serieuzer te gaan nemen, zoals digitale spreiding – denk bijvoorbeeld aan het live streamen van voorstellingen – of de mogelijkheid om publiek naar voorstellingen in andere regio's te vervoeren.

De rol van de podia

Behalve de wens en bereidheid van podiumkunstenaars en producenten om hun werk beter of anders te spreiden kwam tijdens Fonds on Tour uiteraard ook de rol aan bod die podia hierin kunnen vervullen. Zij vormen een belangrijke pijler bij het spreiden van aanbod.

4. 'Evaluatie Programmeringsregeling', Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2013), p. 9 Podia zijn vaak genesteld in een lokale cultuur en hun profiel sluit aan bij de bevolkingsopbouw en de sociale omgeving. Uit evaluaties van de programmeringsregeling van het Fonds blijkt dan ook dat wat als kwaliteitsaanbod wordt gezien sterk afhangt van de lokale context.⁴ Religie, dominerende industrieën, bevolkingssamenstelling en opleidingsniveau hebben bijvoorbeeld hun weerslag op de culturele voorkeuren van bewoners. Daardoor verschilt per podium niet alleen welk aanbod het meest wordt geapprecieerd, maar ook wat de beste aanpak is om

publiek aan zich te binden en als ontmoetingsplek te functioneren. Zo blijkt in buiten-Randstedelijke plekken zonder universiteit en zonder sterke experimentele cultuur de programmeringsregeling goed van pas te komen om kwaliteitsaanbod te blijven laten zien.

Voor podia is het daarom des te belangrijker dat zij zelf een visie op kwaliteit kunnen ontwikkelen, in samenspraak met kunstenaars, collega-instellingen en netwerken in de regio. Het is voor het Fonds een van de redenen om terughoudend te zijn met het afbakenen van kwaliteitsaanbod in de programmeringsregeling; wat goed is voor Amsterdam, hoeft dat niet te zijn voor Hengelo.

Diverse aanwezigen tijdens Fonds on Tour opperden daarom ook om regionale spreiding helemaal niet meer tot speerpunt van beleid te maken. De vraag welk (soort) aanbod waar op zijn plek is, zou eerder moeten worden overgelaten aan lokale, landelijke en internationale netwerken. In een van de sessies werd erop gewezen dat kunstmusea al langer met elkaar en gemeenten afstemmen wat zij per regio bieden en hoe ze onderling de taken verdelen. Op die manier zouden ook de podiumkunsten zich beter kunnen profileren, met meer inbedding in netwerken en meer aandacht voor lokale worteling en bredere vertakking – ook naar internationale hubs.

Voor subsidiegevers zou dit het blikveld verleggen naar de kwaliteit van die netwerken. Hoe intensief zijn de relaties tussen makers, podia, publiek en andere domeinen? Hoe effectief zijn ze, hoe duurzaam? Spreidingsbeleid zou dan niet langer gaan om de vraag over hoeveel plekken het aanbod wordt gespreid, maar om de kwaliteit van die spreiding en de effecten die ze heeft op langere termijn.

DENKRICHTINGEN VAN HET FONDS

- Wat is er nodig om samenwerking en afstemming tussen podia en circuitvorming te bevorderen? Hoe kan betere samenwerking tussen podia en producenten worden gestimuleerd, ook op lokaal niveau? Wat kan makers en gezelschappen helpen bij het aangaan van langere samenwerkingsverbanden met kleinere en middelgrote podia en instellingen in de regio (en/of andersom)?
- Op welke manier kunnen de regelingen van het Fonds een bepaalde vorm van afspraken tussen podium en bespeler bevorderen?
- Geven de huidige regelingen voldoende ruimte aan de veranderende rol van podia en de manier waarop ze die rollen met elkaar verbinden? Kunnen we mogelijkheden creëren om lokale verankering, nauwere samenwerking en verbinding op alle niveaus te stimuleren?
- Hoe kun je als Rijksfonds een goed evenwicht tussen landelijke en lokale belangen bevorderen en waarborgen?

TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN

**NAAR EEN
TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN**

NAAR EEN
TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN

**NAAR EEN
TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN**

NAAR EEN
TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN

**NAAR EEN
TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN**

NAAR EEN
TOEKOMSTBESTENDIGE
ORGANISATIE VAN DE
PODIUMKUNSTEN

NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIGE ORGANISATIE VAN DE PODIUMKUNSTEN

De podiumkunsten passen zich de laatste jaren onder hoogspanning aan nieuwe omstandigheden aan. Die omstandigheden bestaan er, kort gezegd, uit dat er 'minder middelen beschikbaar zijn in de culturele sector door

1. 'Evaluatie productie- en compositiesubsidies' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2014), p.7

bezuinigingen van Rijksoverheid en gemeenten, afnemende sponsorinkomsten en (in sommige gevallen) teruglopende publieksinkomsten. Dit heeft gevolgen voor de druk op de overgebleven fondsen, de onderhandelingen tussen producenten en speelplekken, de inkomsten van individuele kunstenaars, de artistieke kwaliteit van producties en de vraag naar nieuwe composities.¹

Tegelijkertijd zien podiumkunstinstanties zich geconfronteerd met verschuivingen in de vraag naar hun werk (waarover meer in hoofdstuk 3). Al in 2006 signaleerde de Commissie-d'Ancona² een reeks knelpunten die de afstemming tussen vraag en aanbod in de podiumkunsten compliceerden.

In haar sectoradvies gaf ze handreikingen om deze het hoofd te bieden. De ontwikkelingen in de samenleving, en dus bij het publiek, voltrekken zich sindsdien echter in zo'n hoog tempo dat de veranderingen die de gesubsidieerde sector heeft ingezet daar geen gelijke tred mee hebben kunnen houden. Van het gewenste nieuwe, duurzame evenwicht tussen vraag en aanbod is dan ook nog geen sprake. Knelpunten doen zich zowel voor op het vlak van creatie als op het vlak van afname. Weliswaar ontstaat de laatste jaren door een tijdelijke terugloop in het aantal vrije producties wat meer ruimte voor gesubsidieerd aanbod, maar podia kiezen daarbinnen vaker voor veilige programmering. Ook de beloningen staan onder druk.³ Producenten drukken kosten door repetitieperioden te verkorten, goedkopere decors te laten bouwen en minder te investeren in nieuwe makers. Op den duur kan dit gevolgen hebben voor de artistieke innovatie in de podiumkunsten en voor de ontwikkeling van nieuwe generaties podiumkunstenaars. Een goed voorbeeld hiervan zijn de recente ontwikkelingen in de popmuziek die naar voren kwamen uit de evaluatie van de programmeringsregeling van het Fonds. In die muzieksector staat het 'doorgroeimodel' van buurtcafé naar grote zaal onder grote druk. De humuslaag van kleine zaaltjes en oefenruimtes verdwijnt door lokale bezuinigingen en lagere publieksinkomsten. De onderkant van de popmarkt verschaalt, met negatieve gevolgen voor talentontwikkeling. Het bemoeilijkt de stap voor beginnende bands naar een zaal met meer publiek. Omgekeerd wordt het voor grotere podia steeds risicovoller om aanstormend talent een kans te geven, omdat dit zich nog niet heeft kunnen bewijzen in kleinere zalen.⁴

2. 'Uit! Naar gesubsidieerde podiumkunsten met een nieuw élan', Commissie-d'Ancona (2006)

3. 'Evaluatie programmeringsregeling' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2013), p.24

4. 'Evaluatie programmeringsregeling' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2013), p.21

Om genoemde vragen rond financiering en speelmogelijkheden het hoofd te bieden, is bijna elke instelling bezig nieuwe vormen van financiering, artistieke werkwijzen en samenwerking te beproeven. De vragen 'wat maak ik voor wie' en 'wie of wat heb ik daarbij nodig' worden steeds relevanter voor de podiumkunstenpraktijk.

Hoe instellingen hier tot dusverre mee omgaan, bespreken we verderop. De eerste vruchten van hun inspanningen plukken ze al (al is uiteraard nog niet precies te zeggen of die resultaten bestendig zijn). De speelcijfers van de tachtig door het Fonds structureel ondersteunde groepen liegen er bijvoorbeeld niet om: in totaal spelen deze tachtig gezelschappen (in absolute zin) 4 procent meer voorstellingen dan de honderdtwintig meerjarig gesubsidieerde organisaties in 2012. Het aantal bezoeken per productie steeg met meer dan de helft.⁵ Ook het gemiddelde aantal uitvoeringen per productie nam licht toe; er werden minder premières uitgebracht en voorstellingen werden langer doorgespeeld.⁶ In elke discipline wisten organisaties bovendien een hoger aandeel eigen inkomsten te vergaren dan in 2012; producerende instellingen behaalden gemiddeld 41 procent aan eigen inkomsten (tegenover 31 procent in de vorige beleidsperiode), festivals verwierven aan eigen middelen zelfs 57 procent.⁷

Samenwerking wint aan belang

Een van de ontwikkelingen die we zien in het veranderende podiumkunstenlandschap is dat instellingen en kunstenaars, op zoek naar nieuwe inkomstenbronnen en verdienmodellen, verbintenissen aangaan die voorheen minder voor de hand lagen, niet zelden ook met collega's uit andere disciplines.⁸ Dit zien we ook terug bij het Fonds; steeds vaker zijn voorstellingen van meerjarig gesubsidieerde organisaties nationale of internationale coproducties. Uit een onderzoek naar samenwerking binnen de podiumkunsten door de Erasmus Universiteit blijkt dat de slaagkans op lange termijn aanzienlijk groter is als het proces zich op een natuurlijke manier kan ontwikkelen. Dat gebeurt vooral wanneer samenwerking niet onder druk van een subsidiënt tot stand komt, maar op eigen initiatief; een bottom-upproces heeft hier aantoonbaar meer potentie dan een top-downmethode.⁹ Als de doelstellingen op elkaar aansluiten, organisaties iets van elkaar kunnen leren en er geen belangenverstrengeling optreedt, is aan de juiste volwaarden voldaan om samen een strategische koers uit te zetten. Vaak zijn het kleinere organisaties

die aan deze criteria voldoen. Zij zoeken dan ook eerder samenwerking met anderen en het gaat ze beter af, ondanks het feit dat ze kwetsbaarder zijn voor risico's. Ze zijn meer geneigd om ad hoc of marktgeoriënteerd te werken en om snel kansen te grijpen.¹⁰ Ook tijdens Fonds on Tour kwam duidelijk naar voren dat individuele makers en kleinere instellingen vaker hun krachten bundelen ten behoeve van artistieke ontwikkeling en publieksbereik dan grotere instellingen, zonder daarbij hun flexibiliteit en eigenheid te verliezen. Een eenvoudige toverformule is samenwerking echter niet. Voor grotere instellingen blijkt het vaak moeilijker om samen te werken met elkaar of met kleinere partijen. Hun cultuur en structuur zijn zo uitgekristalliseerd dat ze minder gemakkelijk nieuwe invloeden opnemen. In theorie zouden kleinere podiumkunstorganisaties kunnen profiteren van de slagkracht, het netwerk en de middelen van grotere collega's en zouden deze grotere instellingen op hun beurt gebruik kunnen maken van de flexibiliteit van kleinere organisaties, maar zulke samenwerkingsverbanden komen nog weinig van de grond. Samenwerking van podiumkunstinstanties uit verschillende regio's wordt daarnaast bemoeilijkt doordat gemeenten vaak verschillende beleidsdoelstellingen nastreven (met bijbehorende uiteenlopende subsidiecriteria).¹¹ Opvallend is bovendien dat vooral makers en producenten onderling de handen in elkaar slaan, terwijl er veel minder samenwerking ontstaat tussen de aanbod- en afnamekant. Nauwe structurele samenwerking tussen podia of festivals enerzijds en producenten of makers anderzijds is nog steeds schaars. Dat blijkt in de praktijk bij het Fonds Podiumkunsten en wordt geschraagd door het samenwerkingsonderzoek van de Erasmus Universiteit.¹² Tegelijkertijd wordt een betere samenwerking tussen podiumkunstenaars enerzijds en podia en festivals anderzijds in de sector al jarenlang als een sleutelfactor voor een toekomstbestendig bestel gezien. Het is een van de grotere uitdagingen waarvoor het podiumkunstenveld zich de komende tijd gesteld ziet: hoe komen we tot een constructieve, concrete samenwerking tussen producenten en afnemers?

5. 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p.5

6. 'Jaarverslag 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p. 29

7. 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p. 6

8. 'Evaluatie productie- en compositiesubsidies' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2014), p. 23

9. Collaboration and integration in performing arts'. Cees Langeveld et al., Erasmus University Rotterdam (2014), p. 101

10, 11, 12. Idem, p. 101 en 102

Zijn ad hoc en pop-up het nieuwe duurzaam?

De honger naar nieuwe manieren van werken wordt nog verder aangewakkerd doordat podiumkunsten voortkomen uit (en werken in) een samenleving waarin de omloopsnelheid van informatie, cultuur, diensten en producten blijft toenemen. We consumeren en beleven op alle tijden van de dag, op elke plek van de wereld en met wie we dat willen. In de podiumkunsten zien we hoe dat onder andere leidt tot een toename van pop-upprojecten, ad-hocinitiatieven en tijdelijke samenwerkingsverbanden – voor sommigen ter aanvulling op de reguliere beroepspraktijk, voor anderen als nieuwe *way of life*.

Er gaan kritische stemmen op van mensen die menen dat de podiumkunsten zichzelf in de uitverkoop gooien door, in de harde strijd om publiek en middelen, mee te gaan in het jachtige tempo dat de samenleving hun opdringt, met alsmaar korte, snelle producties en wisselende relaties. In hun ogen leidt een overdaad aan pop-up tot artistieke vluchtigheid en een nog vrijblijvender houding onder het publiek. Melle Daamen, directeur van de Stadsschouwburg Amsterdam, kritiseerde eind 2013 in *NRC Handelsblad* de nadruk op vernieuwing, premières en debuten en hield een pleidooi 'voor vertraging, voor minder voorstellingen, minder tentoonstellingen, meer focus, meer aandacht voor publieksbinding, educatie en diepgang.'¹³

13. Topballet kun je ook uit Petersburg laten invliegen', Melle Daamen, *NRC Handelsblad* (7 december 2013)

Ook sommige van onze gesprekspartners tijdens Fonds on Tour voorspelden dat we blijvend van 'structureel en duur' naar 'incidenteel en goedkoop' gemaakt aanbod bewegen.

Wie niet zou meegaan in de tendens om kleinschaliger aanbod te maken voor niches, met een veel grotere omloopsnelheid, zou zichzelf vanzelf uit de markt prijzen. Voor het langer doorspelen of het organiseren van reprises van succesvolle producties zou geen ruimte meer zijn – een zorgelijke ontwikkeling. Anderen vermoeden dat het zo'n vaart niet loopt of zien juist nieuwe kansen in deze nieuwe manieren van werken. Zij wijzen erop dat voor veel makers een pop-upinitiatief geen einddoel is, maar een verkenning van mogelijkheden met andere partners en sectoren, gedreven door de vraag: hoe verhoud ik me als kunstenaar of instelling tot mijn directe omgeving? Ad hoc

werken is zo gezien een manier om iets extra's te doen: om te experimenteren of om ander publiek te trekken, naast de (meer) reguliere praktijk. Zo presenteren makers soms een kleine selectie van hun werk op een ongewone locatie om het te introduceren of uit te testen bij nieuw of bestaand publiek. Of ze creëren een bijzondere nieuwe ervaring waarin de grens tussen inhoud en omgeving, tussen makers en publiek vervaagt.

Voor veel podiumkunstenaars komt deze manier van werken naast hun meer traditionele werk. Maar er is ook een toenemend aantal makers, met name in de jongere generaties, die er hun dagelijkse praktijk van maken om activiteiten te ontplooiën buiten de geijkte theaters en concertzalen. Dat doen ze niet enkel omdat er geen ruimte meer is voor structurele, duurzamer samenwerkingsverbanden of speelplekken; het is voor hen ook een manier om in te spelen op de behoefte van makers en publiek om theater op een andere manier te beleven dan in een verduisterde zaal. Dat zij per project of activiteit samenwerking zoeken met wisselende partners, vloeit voort uit hun wens om werk te maken dat dicht op de actualiteit of de samenleving zit.

Nieuwe werkwijzen vragen om nieuwe financieringsvormen

Of de ad-hocsamenwerking nu incidenteel is, ter ondersteuning van de reguliere praktijk of een structurele keuze van het kunstenaarschap, in alle gevallen geldt: ad hoc maken is niet hetzelfde als ad hoc financieren. Het vraagt een lange adem om de private sector, sponsors en per project wisselende samenwerkingspartners aan je te binden. Er is intensief relatiebeheer voor nodig en het vermogen om risico's te nemen.

Een enigszins continue basis helpt daarbij. Tijdens Fonds on Tour werd gewaarschuwd voor het 'zaaien van eenjarige', waarbij iedereen steeds opnieuw het wiel uitvindt zonder dat ontwikkelingen kunnen rijpen. Want dat kan de toch al gesignaleerde tendens vergroten van een nieuwe generatie die zich afkeert van het gesubsidieerde bestel. Het gevaar daarvan is dat het bestel zijn eigen vernieuwing niet meer organiseert. Tijdens Fonds on Tour hielden verschillende deelnemers dan ook een pleidooi voor een meerjarige

subsidie 'nieuwe stijl': een relatief klein bedrag aan basissubsidie waarvoor lichtere eisen kunnen gelden dan voor de reguliere meerjarige subsidie, maar die wel vier jaar loopt. Die basissubsidie zou dan worden gebruikt als een multiplier, om daarmee korter lopende ondersteuning, private financiering, sponsors en nieuwe samenwerkingspartners voor afzonderlijke activiteiten aan te trekken.

Sommigen menen dat de combinatie van op korte en op lange termijn organiseren en financieren in de nabije toekomst zelfs onvermijdelijk wordt. Uitgaan van voornamelijk één type (structurele) financiering past niet goed bij de steeds gevarieerder activiteiten van kunstenaars en groepen. In een hybride praktijk kunnen niet alleen 'snel' en 'langzaam' geld worden gecombineerd, maar ook publieke en private samenwerkingspartners en financieringsbronnen. 'Je kunt alleen nog uniek zijn als je weet wat de ander wil en zoekt naar nieuwe combinaties', stelde een van de inleiders. 'Dat betekent dat je niet meer met een "af" product op iemand kunt afstappen en kunt zeggen: betaal maar mee.' Een brede financieringsmix weerspiegelt maatschappelijk draagvlak, met een groter aantal belanghebbenden.

De keuze voor zo'n combinatie hoeft niet louter praktisch te zijn, maar kan juist ook nauw verbonden zijn met de inhoud van het werk. Choreografe Nanine Linning bijvoorbeeld werkt al enige jaren op verschillende manieren met uiteenlopende partners om haar langlopende projecten te financieren.

14. Kunst dankzij de zaak dankzij de kunst', interview met Nanine Linning, FD Outlook (oktober 2014)

Aan *Het Financieele Dagblad* vertelde ze dat ze graag producties maakt die langer dan vijftien voorstellingen mee kunnen, en die ze het liefst drie tot vijf jaar op haar repertoire houdt. In die lange periode heeft ze de tijd om incidentele financiering te regelen voor

de projecten die aan de voorstellingen verbonden zijn. Werken met partners als Mercedes Benz, TedX en de Bijenkorf zijn voor haar geen 'schnabbels', maar maken intrinsiek onderdeel uit van haar kunstenaarschap. 'Ik werd hierdoor mijn eigen mecenas, flexibeler, en kan me beter verplaatsen in het beoogde publiek.'¹⁴

DENKRICHTINGEN VAN HET FONDS

- Hoe kunnen nieuwe manieren van werken goed worden ondersteund: niet alleen pop-up- en ad-hocinitiatieven, maar vooral ook hybride organisaties met combinaties van korte en lange werktrajecten en veel wisselende financieringsbronnen?
 - › Kan Fondssubsidie in dergelijke situaties als vliegwiel werken?
- Is er een nieuwe visie op ondernemerschap denkbaar?
 - › Zijn er andere manieren waarop we dit als instellingen kunnen meten, wegen en weten?
 - › Hoe schenken we meer aandacht naar de kwalitatief-maatschappelijke invulling van ondernemerschap?
 - › Moet er ook meer aandacht zijn voor de wisselwerking tussen de artistieke missie, het publieksbereik en de financiering van instellingen en gezelschappen?
- Hoe kunnen vormen van samenwerking worden gestimuleerd tussen podia, festivals, producenten en mogelijk ook overheden?

VERAN
KUNST
VERAN
PUBLIE

**VERANDEREI
KUNST VOOR
VERANDEREI
PUBLIEK**

VERANDERENDE
KUNST VOOR EEN
VERANDEREND
PUBLIEK

**VERANDERENDE
KUNST VOOR EEN
VERANDEREND
PUBLIEK**

VERANDERENDE
KUNST VOOR EEN

VERANDERENDE KUNST VOOR EEN VERANDEREND PUBIEK

Het is een van de grote vragen van vandaag hoe we het publiek van morgen blijven aantrekken. Onder invloed van maatschappelijke en culturele ontwikkelingen zijn de samenstelling en interesses van dat publiek aan snelle veranderingen onderhevig. Potentiële bezoekers informeren zich op nieuwe manieren over het bestaande aanbod, er komen nieuwe publieksgroepen bij met andere culturele smaken en interesses, bezoekers willen nauwer worden betrokken bij voorstellingen en steeds vaker ook worden naast de doelgroep in eigen land ook podiumkunstliefhebbers over de grens bediend. Het is voor podia, gezelschappen, kunstenaars en subsidieverstrekters van belang daarop te blijven inspelen.

Het publiek van de toekomst zien we nu al opkomen. Mensen hebben meer keuze dan ooit als het gaat om vrijetijdsbesteding. Iedereen kan via internet iets van zijn gading vinden zonder daarvoor een theaterbrochure te hoeven openslaan. De manier waarop mensen hun culturele smaak en voorkeuren

verwerven is gedemocratiseerd. Om door de bomen het bos te vinden, laten ze zich leiden door *peers*, via blogs en social media, of volgen ze online wat voor activiteiten kunstenaars of gezelschappen aanbieden. Aan traditionele gidsen als podia is steeds minder behoefte. Potentiële bezoekers zijn niet langer trouw aan één of enkele favoriete huizen, maar hoppen van locatie naar locatie, afhankelijk van het geboden aanbod. Steeds vaker zijn dat ook locaties zonder muren en zonder dak.

Tegelijk veranderen ook de collectieve ideeën over wat goede kunst is. Een steeds grotere groep Nederlanders is bijvoorbeeld niet opgegroeid met symfonische muziek en repertoiretooneel en vindt weinig aansluiting bij gecanoniseerde kunstvormen. Het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) spreekt in dit verband over 'cohortvervanging': leden van jongere generaties laten zich bij hun culturele voorkeuren niet langer leiden door de smaak van bovenliggende generaties, met als resultaat dat het publiek van traditionele cultuuruitingen vergrijsd en uiteindelijk zal slinken.¹ De referentiekaders van een jong publiek (maar ook van een deel van het bestaande publiek) liggen niet bij Bach of Shakespeare, maar bij film, vormgeving, e-cultuur en popmuziek. Hun oriëntatie is bovendien internationaler; inspiratie komt van overal.

1. 'Kunstminnend Nederland?', Sociaal Cultureel Planbureau (2013)

Die verandering betreft niet alleen het publiek, maar net zo goed een nieuwe generatie kunstenaars. Die neemt zichzelf daarbij ook op andere manieren de maat dan via bijvoorbeeld dagbladkritiek of subsidieadviezen. Met name in circuits van populaire cultuur, zoals hiphop, becommentariëren vakgenoten en publiek op online platforms openlijk de kwaliteit van elkaars werk. Zulke nieuwe, democratische processen van oordeelsvorming leiden ook tot andere opvattingen over kwaliteit.

Nieuw publiek vraagt om nieuw aanbod

De samenstelling van het Nederlandse volk verandert sterk. Het aandeel Nederlanders met een niet-westerse afkomst groeit naar verwachting van circa 11 naar 20 procent (2,8 miljoen) in 2040. Het aantal Nederlanders met

een achtergrond in andere westerse landen wordt voor 2040 op 1,9 miljoen geschat.² Hoewel dat geen ontwikkeling van vandaag op morgen is, heeft ze tot nog toe weinig weerslag op de gesubsidieerde kunsten, ondanks het feit

2. 'Demografische ontwikkelingen 2010-2040', Plabureau voor de Leefomgeving (PBL), Den Haag (2013), p. 42

dat subsidiënten en culturele organisaties de afgelopen twintig jaar beleid hebben gevoerd voor meer culturele diversiteit in de kunst. De veranderingen die op dat vlak

zijn ingezet, houden het tempo waarmee de bevolking demografisch verandert niet bij. Het Fonds Podiumkunsten constateert al jaren in vrijwel alle regelingen een (te) beperkte toestroom van aanvragen met een cultureel

3. 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2014), p. 8

diverse oriëntatie. In de projectenregeling was afgelopen jaar bijvoorbeeld 12 procent van de gehonoreerde

projecten (en 13 procent van de aanvragen) cultureel divers wat betreft hun vorm, inhoud of genre. Van de gehonoreerde projecten richtte 6 procent zich specifiek op een cultureel divers publiek.³ In de onlangs gepubliceerde

4. 'Agenda Cultuur 2017-2020 en verder', Raad voor Cultuur (2015), p. 61

'Cultuur Agenda' merkte de Raad voor Cultuur op: 'In het huidige tijdsgewricht, waarin de legitimering van subsidiëring van de kunstsector onder druk staat en bijna de helft van de bevolking

in de grote steden uit mensen met een niet-autochtone achtergrond bestaat, is het opmerkelijk en onwenselijk dat het personeelsbestand en programma van gesubsidieerde instellingen geen afspiegeling is van de samenleving.⁴

Niet alleen marketing en cultuureducatie spelen een rol in dit vraagstuk, maar vooral ook het aanbod. Gesprekspartners tijdens Fonds on Tour waren vrijwel unaniem van mening dat de zoektocht naar een divers publiek nu te veel een zoektocht is naar nieuw publiek voor bestaand aanbod, vanuit de gedachte: 'Als er meer onderwijs wordt gegeven in klassieke muziek en literatuur en als we onze voorstellingen nog beter onder de aandacht brengen, komt het goed.' Om een nieuw, jonger en meer divers publiek te interesseren, meende men, is het echter hoogstnoodzakelijk om voldoende kunst te programmeren die directer aansluit bij de interesses, inspiratie, verhalen en kunstopvattingen van dat publiek.

Hoewel cultureel divers publiek niet alleen op cultureel divers aanbod afkomt, en jong en hip publiek niet alleen op jong en hip aanbod, blijkt in de praktijk steeds weer dat een diverser aanbod wel degelijk als sleutel fungeert voor het bereiken van meer publiek. Theaterjournalist Wijbrand Schaap beschreef onlangs nog hoe hij in een zaal vol cultureel gemengd publiek in De Balie keek naar het stuk *Race* van David Mamet, gespeeld door zwarte en witte acteurs, terwijl op hetzelfde moment in de Stadschouwburg Amsterdam een overwegend wit publiek een witte acteur de zwarte Othello zag spelen.⁵

Dat er bij de fondsen weinig aanvragen voor cultureel diverse projecten binnenkomen heeft er overigens ook mee te maken dat potentieel talent uit de jonge

5. 'Discussie over kleur moet ook in schouwburg woeden', Wijbrand Schaap (8 mei 2015), www.cultureelpersbureau.nl

en cultureel diverse generatie de neiging heeft zich weg te bewegen van de (financiële) infrastructuur. Er zijn zelfs makers die absoluut niet geassocieerd willen worden met publieke subsidiëring. Weliswaar maken ze indirect wel degelijk gebruik van publieke ondersteuning via de theaters waarin ze spelen, maar hun signaal is duidelijk.

Het Fonds wil echter investeren in goed, passend aanbod voor het gehele potentiële podiumkunstenpubliek, niet enkel voor de makers en bezoekers van traditionele of gevestigde cultuuruitingen. Het maatschappelijk draagvlak voor kunstsubsiëring hangt immers nauw samen met de verbinding tussen die kunst en de maatschappelijke realiteit. Het is onrealistisch om te verwachten dat iedere Nederlander een kunstliefhebber wordt, maar op dit moment wordt veel potentieel publiek nog niet aangesproken omdat er simpelweg geen (Fondsgesubsidieerd) aanbod voor is. Dat is iets om ons in de nabije toekomst nog meer rekenschap van te geven.

Een vraag die zich daarbij onvermijdelijk ook aandient, is wat in een gesubsidieerd bestel een goede verhouding is tussen 'canonieke' kunst en nieuwe vormen, tussen behoud en vernieuwing. En of het idee van de canon op zichzelf aan een update toe is.

Ruimte maken voor nieuw aanbod betekent mogelijk ook dat podia, kunstenaars en subsidiënten hun gangbare visies op artistieke kwaliteit tegen het licht moeten houden. Vanuit deze (deels impliciete) visies worden immers de keuzes gemaakt. Het is een zinvolle vraag of selectiemechanismen bij programmeurs, artistiek leiders en fondsen nu ruim genoeg zijn om de enorme variatie aan kunstvormen waaraan behoefte bestaat op waarde te schatten. Kunnen zij goed genoeg beoordelen of producties interessant zullen zijn voor de beoogde publieksgroepen? Is kwaliteit altijd voor iedereen herkenbaar?

De programmeur wordt meta-programmeur

Het publiek van nu hecht zich steeds minder aan één podium of theater waarvan het de programmeur blind vertrouwt. Mensen zoeken eerder via online zoekmachines naar aantrekkelijke kunstuitingen en laten zich bij hun keuze meer leiden door tips van gelijkgestemden (*peers*) in een smaakgemeenschap.⁶ In een breder maatschappelijk verband wordt ook wel gesproken over 'tribalisering': als gevolg van een combinatie van individualisering en medialisering oriënteren mensen zich vooral op geestverwanten en keren ze zich af van andere groepen.⁷ Tijdens Fonds on Tour en in de debatreeks 'Voor de muziek uit', over de toekomst van de muzieksector, klonk van verschillende kanten het advies dat de podium- en festivalprogrammeur in reactie op de toenemende diversiteit en

6. 'De Cultuurverkenning', Raad voor Cultuur (2014), p. 28

7. 'Rijksbrede Trendverkenning', Strategiebeeraad Rijksbreed/ Ministerie van Binnenlandse Zaken (2013), p. 23

keuzemacht van de kunstgenieter steeds vaker 'meta-programmeur' wordt. Deze programmeur nieuwe stijl verzamelt spreekbuizen van die verschillende smaakgemeenschappen om zich heen en vertrouwt op hun advies, of hij laat ze zelf actief programmeren. Het publiek krijgt via zulke smaakmakers meer invloed op de programmering, terwijl de deskundigheid van de programmeur en de smaakmakers garandeert dat er professionele afwegingen worden gemaakt en er geen 'u vraagt wij draaien'-programmering ontstaat.

Interessant in dit verband is ook de opkomst van de 'nomadische programmeur'. Die is niet verbonden aan een gebouw of een instelling, maar aan een subcultuur. Waar die specialistische kennis nodig is, kan hij of zij worden

ingeschakeld. Meestal gaan inzet voor programmering en publieksbereik daarbij hand in hand. Voor het bereiken van het publiek van de toekomst zullen naar verwachting steeds vaker zulke nomadische programmeurs, intermediairs en platforms zonder eigen zaal een rol spelen.

In dit proces is zeker ook relevant dat voor potentiële bezoekers naast het werk zelf ook de setting een steeds grotere rol speelt bij het maken van hun keuzes. Mensen bezoeken theater en concerten deels ook uit sociale motieven, waarbij 'sociaal' inmiddels een andere betekenis heeft gekregen dan pakweg tien jaar geleden. De klassieke presentatiewijze, met een beleefde afstand tussen kunstenaars en toeschouwers en weinig contact tussen bezoekers onderling, voorziet met name voor een jongere generatie bezoekers niet meer voldoende in die behoefte. De wisselwerking met het publiek wordt naar verwachting in alle gelederen van de gesubsidieerde sector een factor van grotere betekenis, de traditionelere podiumkunsten inbegrepen. Uit evaluaties van de regelingen van het Fonds Podiumkunsten komt die tendens al naar voren. Gezelschappen en ensembles programmeren hun aanbod bijvoorbeeld steeds vaker buiten de muren van podia. Voorstellingen die vroeger vooral op festivals te zien waren, staan nu steeds vaker op buitenlocaties, in kantoren, parken of fabriekshallen.⁸ Maar ook podiumkunsten die zich in zalen blijven afspelen kunnen het publiek met een nieuw gebruik van de locatie aan zich binden. Ook daar zijn opvattingen over kwaliteit en excellentie immers niet statisch.

8. 'Evaluatie Programmeringsregeling' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2013), p. 24; 'Cultuur in Beeld 2013', Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2013), p. 99

9. In 'Getting in on the Act' (2013) laat de James Irvine Foundation in een uitgebreide studie de verschillende vormen van cocreatie in de podiumkunsten de revue passeren.

Werkproces wint aan belang in cocreatie

Met zijn veranderende samenstelling, smaak en interesses oefent het publiek dus invloed uit op de keuze of de programmering van het aanbod. Een nog verdergaande rol voor het publiek zien we in het langzaam opkomende fenomeen van cocreatie, dat nu al voorzichtig allerlei vormen aanneemt.⁹ In alle gevallen ligt er voor kunstenaars een artistieke motivatie aan ten grondslag

om samen met de doelgroep nieuwe creaties en presentatievormen te ontwikkelen. Tijdens Fonds on Tour werd benadrukt dat cocreatie alleen succesvol kan zijn bij zulke artistieke motivaties; voor marketingdoeleinden blijkt het een te arbeidsintensieve methode – in dat geval is het beter het publiek een kijkje te geven in de keuken van een 'reguliere' voorstelling.

Hoe dan ook, de toenemende interactie tussen makers en publiek – of de samenleving in bredere zin – impliceert dat naast het eindproduct ook het werkproces steeds zichtbaarder en belangrijker wordt. Dat leidt subsidiënten tot de vraag hoe daar bij de beoordeling van aanvragen het beste mee om te gaan. In de verregaandste vormen van cocreatie wordt het publiek medeverantwoordelijk voor de kwaliteit van de productie, wat de vraag oproept of naast de verwachte kwaliteit van de voorstelling of het concert ook de kwaliteit van het proces een plaats nodig heeft in de beoordeling. Als behalve een artistiek ook een expliciet maatschappelijk doel wordt nagestreefd met een project, zou je die ambitie als kunstfonds dan ook willen meewegen? Hoe kun je vooraf inschatten of de kwaliteit van het proces goed zal zijn? Hoe weeg je de vaak heel anders ingerichte begrotingen van cocreatie af tegen gebruikelijke productie-aanvragen? Hoe ga je als landelijk fonds om met het veelal lokale karakter van cocreatie-projecten? En waar gaat een project de grens met *community art* over, en is het beter op zijn plaats bij het Fonds voor Cultuurparticipatie of een lokale financier?

Spelen in het buitenland

Een heel andere zijde van de veranderende maatschappij en publieksbelangstelling is de steeds verdere uitbreiding van het speelveld van de podiumkunsten naar het buitenland. De internationale gang van Nederlandse makers en groepen is de afgelopen jaren veranderd van schoorvoetend in doelgericht.¹⁰ Bij het Fonds Podiumkunsten nemen budgetten van het zogenaamde 'snelloket' voor reiskosten van buitenlandse tournees per jaar toe. De regeling Dutch Presentations Abroad kent sinds haar introductie een snel en consequent stijgend aantal aanvragen. En ieder jaar

10. 'De Cultuurverkenning', Raad voor Cultuur (2014), p. 17

neemt het aandeel speelbeurten van meerjarig gesubsidieerde organisaties in het buitenland toe. In 2012 was dit 13,8 procent, in 2013 16,4 procent.¹¹ Ook werden in 2014 met projectsubsidies veel meer uitvoeringen in het buitenland gepland dan het jaar ervoor: 11 procent in 2014, tegenover 5 procent in 2013.¹² Jaarlijks zijn er zo, alleen al met subsidie van het Fonds Podiumkunsten, vele honderden Nederlandse voorstellingen en concerten te zien over de grens. Muziek voert daarin de boventoon, maar ook andere disciplines zijn goed vertegenwoordigd. Daarnaast is er een toenemende belangstelling voor internationale uitwisselingsprojecten, en zijn er ook meer aanvragen voor de presentatie van bijzonder buitenlands aanbod op Nederlandse podia en festivals.¹³ Het accent ligt in al deze buitenlandse activiteiten nog vaak op Europese en andere westerse landen, maar de variëteit aan bestemmingen en herkomstlanden groeit. Vooral jongere generaties maken gemakkelijk de stap naar het buitenland. Zij zijn opgegroeid in een tijd waar mogelijkheden voor werk in eigen land beperkt zijn en wijken dankzij digitalisering en globalisering eenvoudig uit naar andere plekken.

11. 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p. 7

12. 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p. 45 (bijlage)

13. 'Jaarverslag 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p. 10

Een kanttekening die moet worden gemaakt is dat deze buitenlandse reislust deels een uitwijkroute kan zijn, ter compensatie van een nationale krimpmarkt. In een onderzoek van de Erasmus Universiteit naar de meerjarige regeling van het Fonds Podiumkunsten noemde een deel van de gesubsidieerde instellingen coproducties met internationale instellingen als een noodzakelijke manier voor het verwerven van meer eigen inkomsten, nu overheidsbijdragen dalen.¹⁴ Dat hoeft niet bezwaarlijk te zijn, mits we als sector met het oog op de toekomst ook binnen de landsgrenzen de relatie tussen vraag en aanbod in het vizier houden.

14. 'Eerste analyse kwantitatieve veranderingen door gewijzigde meerjarige activiteitsubsidie Fonds Podiumkunsten', Cees Langeveld, Erasmus Universiteit Rotterdam (2015), p. 24

De lancering van het programma Fast Forward in 2014 is een van de manieren waarop het Fonds inspeelt op deze ontwikkelingen. In dit programma ligt

de nadruk op de ontwikkeling van Nederlands talent in een internationale context. Deelnemers aan het programma krijgen de kans bij toonaangevende buitenlandse producent een concreet project uit te werken, waarvan ze het eindresultaat vervolgens op internationale podia kunnen presenteren.¹⁵

15. 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2015), p. 9 Grote internationale activiteit heeft veel positieve moties, die een logisch gevolg zijn van een wereld die nu

eenmaal steeds minder begrensd werkt. Internationaal contact tussen makers draagt bij aan artistieke ontwikkeling, houdt de podiumkunsten open en in beweging. Het is een grote impuls voor een aanbod dat blijft aansluiten bij de steeds bredere belangstelling van het publiek.

DENKRICHTINGEN VAN HET FONDS

- Op welke manier kunnen aanbod en programmering van en voor nieuwe publieksgroepen effectief worden ondersteund? Wat vraagt dit van adviseurs? En wat voor rol spelen visies op artistieke kwaliteit en andere beoordelingscriteria daarin?
- Moet het Fonds in regelingen, commissies of communicatie zijn drempels verlagen om de toegang makkelijker te maken voor makers die zich nu buiten de paden van de gevestigde orde bewegen (zoals jonge en cultureel diverse makers)?
- Wat is voor een landelijk publiek fonds, in wisselwerking met andere subsidiemogelijkheden en de Basisinfrastructuur, een goede balans tussen 'canoniek' en meer vernieuwend of experimenteel aanbod?
- Hoe kan via onze regelingen het programmeren, uitgaande van de veranderende rol van podia en festivals, goed worden ondersteund?
- Is het wenselijk om meer ruimte te maken voor 'nomadische programmeurs', intermediairs en (online) platforms?
- Hoe kunnen aanvragen van makers en projecten die werken via cocreatie en/of vanuit een sociaal-artistieke invalshoek, goed beoordeeld worden? Is er meer aandacht voor het proces nodig in de beoordeling, naast het eindresultaat van een voorstelling of concert? En zo ja, hoe?
- Is te verwachten dat de behoefte aan internationale samenwerkingsverbanden, uitwisselingen, afzetmarkten en speelcircuits in de toekomst nog verder toeneemt? Heeft het Fonds vooral een ondersteunende of ook een sturende rol daarin? En wat is daarbij een goede balans tussen binnenlandse en buitenlandse investeringen?

BRONNENLIJST

- 'Agenda Cultuur 2017 – 2020 en verder', Raad voor Cultuur (2015)
- 'Collaboration and integration in performing arts'. Cees Langeveld et al. (2014), Erasmus University Rotterdam
- 'Cultuur in Beeld 2013', Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2013)
- 'De Cultuurverkenning', Raad voor Cultuur (2014)
- 'Demografische ontwikkelingen 2010-2040', Planbureau voor de Leefomgeving (PBL), Den Haag (2013)
- 'Discussie over kleur moet ook in schouwburg woeden', Wijbrand Schaap, (2015) - www.cultureelpersbureau.nl/2015/05/discussie-kleur-moet-ook-schouwburgen-woeden/
- 'Economie van het Theater', Cees Langeveld, Erasmus University Rotterdam (2006)
- 'Eerste analyse kwantitatieve veranderingen door gewijzigde meerjarige activiteitensubsidie Fonds Podiumkunsten', Cees Langeveld, Erasmus Universiteit Rotterdam (2015)
- 'Evaluatie productie- en compositiesubsidies' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2014)
- 'Evaluatie Programmeringsregeling' Fonds Podiumkunsten, Kwink Groep (2013)
- 'Getting in on the Act', James Irvine Foundation (2013)
- 'Jaarverantwoording 2014', Fonds Podiumkunsten (2014)
- 'Jaarverslag 2014', Fonds Podiumkunsten (2014)
- 'Kunstminnend Nederland?', Sociaal Cultureel Planbureau (2013)
- 'Kunst dankzij de zaak dankzij de kunst', interview met Nanine Linning, FD Outlook (oktober 2014)
- 'Rijksbrede Trendverkenning', Strategieeraad Rijksbreed/Ministerie van Binnenlandse Zaken (2013)
- 'Topballet kun je ook uit Petersburg laten invliegen', Melle Daamen, NRC Handelsblad (7 december 2013)
- 'Uit! Naar gesubsidieerde podiumkunsten met een nieuw élan', Commissie-d'Ancona (2006)

COLOFON

Uitgave van het Fonds Podiumkunsten

Het 'Supplement Fonds on Tour' is ook digitaal beschikbaar op

www.fondspodiumkunsten.nl

Eindredactie

Lonneke Kok, MoreTXT

Drukwerk

Veenman+, Rotterdam

Fonds Podiumkunsten

Postadres

Postbus 85974

2508 CR Den Haag

Bezoekadres

Gebouw Stichthage (6e verdieping)

Koningin Julianaplein 10

2595 AA Den Haag

T +31 (0)70 7072700

info@fondspodiumkunsten.nl

www.fondspodiumkunsten.nl

© Fonds Podiumkunsten 2015

Aan de inhoud van dit supplement kunnen geen rechten worden ontleend.