

# Nieuw perspectief

Vijf aanbevelingen  
voor een weerbare  
theatersector

Corona Denktank  
24 januari 2022



# Opdracht denktank

Reflectie is voor de kunstsector heel wezenlijk, maar omdat ze tijd kost vaak het eerste dat er bij in schiet in de waan van dag of in tijden van crisis. Wij hebben als denktank de vraag van de brancheorganisaties opgevat als een uitnodiging om hiervoor echt de ruimte te nemen. We delen in dit rapport graag onze reflecties en een aantal aanbevelingen voor de toekomst.

De centrale vraag die we met elkaar in deze denktank beantwoorden is: **Wat levert de pandemie ons aan lessen en concrete aanbevelingen voor de toekomst van de theatersector?**

Al voordat de pandemie begon, leefden er grote vragen in de kunstsector over de toekomst, over de verbinding met samenleving en publiek en de positie in het bestel waarin we functioneren. Deze vragen zijn door corona onder een vergrootglas komen te liggen en het denken is versneld. Dit vergrootglas leidt naast alle onzekerheid en chaos ook tot innovatieve ideeën en vrijheid van handelen. De denktank heeft dit rapport zoveel mogelijk geformuleerd vanuit eigen kennis, reflectie en kracht en als 'notes to ourselves', waarbij we positief kritisch naar ons eigen handelen kijken.

## **Afbakening**

De denktank constateert dat iedere deelsector een eigen dynamiek kent en dat voor iedere deelsector de verhouding publiek - privaat anders is. Daarom kiezen wij ervoor dit rapport af te bakenen tot de grote gemene delers van de theatersector. Wij bevelen aan om een zelfde reflectie te initiëren voor in ieder geval de muzieksector en de jeugd-podiumkunsten. Uiteraard heeft de denktank breder dan alleen over de theatersector met elkaar gesproken en inspiratie en ideeën van andere deelsectoren opgenomen in dit rapport.

## **De grootste uitdaging waar we misschien wel voor staan, is dat er geen post-corona is.**

In dit rapport spreken we niet over teruggaan naar een utopie waar 'alles weer normaal is', maar over werken mét corona. Hoe langer we met elkaar spraken en hoe meer de tijd vorderde, hoe meer het besef bij ons doordrong dat we moeten blijven dealen met corona. En dat onze manier van produceren, onze seizoensplanningen en begrotingen wellicht herzien moeten worden.

Waar de Taskforce vooral op urgentie en herstel gericht is en projecten als Kunsten2030 de focus hebben op grootschalige veranderingen in de toekomst, heeft de denktank ervoor gekozen om dicht bij zichzelf te blijven. We benaderen alles door de bril: wat leert deze pandemie ons over het hier en nu en hoe we werken? We delen hieronder allereerst een aantal reflecties hierop en doen daarna een aantal concrete aanbevelingen voor de nabije toekomst.

# Reflecties op de betekenis van de pandemie

## Wat heeft corona ons geleerd...

### Over werken in een pandemiegevoelige wereld

Op het moment van schrijven kan het Verenigd Koninkrijk de samenleving open houden zonder al te veel beperkende maatregelen, zit Nederland opnieuw in een lockdown en zijn er zorgen over een nieuw gemuteerd virus. Hoe dan ook zullen de komende jaren zich kenmerken door een hoge mate van onzekerheid en blijft corona onze maatschappij en onze sector beïnvloeden. De algemene verwachting is dat meerdere golven van besmettingen elkaar gaan opvolgen. De WRR en de KNAW schetsen vijf scenario's die handvatten bieden bij het ontwikkelen van een samenhangende beleidsstrategie voor de omgang met de Covid-19-pandemie en belangrijke langetermijnopgaven.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://www.wrr.nl/actueel/nieuws/2021/09/02/wrr-en-knaw-overheid-moet-anticiperen-op-verschillende-coronascenarios>

In deze scenario's is het tweede scenario het meest optimistische:

**Scenario 2 – Griep+** Covid-19 wordt endemisch met terugkerende, seizoensgebonden oplevingen. Mensen kunnen nog steeds ernstig ziek worden en in de winter is de druk op de zorg groot. Er is ruimte voor herstelbeleid, maar er is ook een aantal nieuwe beleidsopgaven zoals seizoensgebonden opschaling van de zorgcapaciteit.

In het gunstigste geval worden de maatschappelijke effecten merkbaar minder, vanwege een hogere vaccinatiegraad, nieuwe medicatie, hogere ziekenhuiscapaciteit en verhoogde weerbaarheid onder de bevolking door groeiende immuniteit. In het meest ongunstige geval blijven de maatschappelijke effecten komende jaren groot door nieuwe mutaties, onvoldoende immuniteit en een te lage vaccinatiegraad. Als maatschappij en sector zullen we ons op beide situaties moeten voorbereiden.

Als we optimistisch zijn, maken we als sector een overbruggingsplan totdat de situatie weer enigszins genormaliseerd is. In het meest verstrekkende scenario moet de sector zich (deels) heruitvinden en leren leven met terugkerende maatschappelijke beperkingen.

In alle toekomstige scenario's is het echter van essentieel belang om uit de permanente crisismodus te komen. We moeten streven naar een situatie waarin we niet telkens verrast en geconfronteerd worden door grillig overheidsbeleid. Samen met die overheid zullen we gezamenlijk moeten werken aan een lange termijn visie en een deltaplan dat weerbaar genoeg is voor de diverse toekomstscenario's.

## Over onszelf als sector

De cijfers van het CBS wijzen uit dat horeca, sport, cultuur en evenementen de grootste verliezers van de pandemie zijn. Het zijn de meest getroffen sectoren, omdat in de kern het samenbrengen van grote aantallen mensen centraal staat. Naast veilige protocollen voor het ontvangen van publiek, moeten we innovatief zijn binnen alle aspecten van onze werkpraktijk, om ook in de toekomst een gezonde, inspirerende en aantrekkelijke sector te blijven.

Onze sector vormt één ecosysteem. De afgelopen periode maakt duidelijk hoe makkelijk we uit elkaar te spelen zijn. We constateren dat onze tegenstellingen kunstmatig zijn. Veel theaters zijn in economische zin afhankelijk van de vrije producenten en vice versa. Gesubsidieerde gezelschappen vormen de kweekvijver voor het talent van de toekomst. We hebben elkaar simpelweg nodig en moeten dat veel sterker met elkaar uitdragen, we vormen gezamenlijk het culturele ecosysteem.

## Over onze plek in de stad

In de coronacrisis treden we letterlijk meer buiten onze gebouwen en gaan we online. We onderhouden via nieuwe en andere kanalen contact met ons publiek. Deze beweging leidt tot het opnieuw definiëren van de publieke ruimte en publiek. De publieke ruimte heeft een andere waarde gekregen, omdat ze tijdens de crisis letterlijk beperkt werd. Welke rol neemt kunst in bij het opnieuw bijeenbrengen van de samenleving en hoe bewegen we ons samen in die publieke ruimte? We denken door dit veranderde motief niet meer enkel aan het tellen van losse anonieme kaartverkoop, maar over ons brede publiek in communities en in groepen mensen. Onze marketing is niet meer uitsluitend een tool om mensen in het theater te krijgen, maar voegt ook artistieke meerwaarde toe buiten onze gebouwen en daarmee wordt het speelterrein blijvend vergroot. Dat kan heel letterlijk: MAAS Theater en Dans heeft bijvoorbeeld het grasveld voor de deur als derde zaal in hun planningssysteem gezet.

**Voor de klassieke theaterliefhebbers volstaat het model van 'kaartje kopen, 1,5 uur stilzitten en genieten', maar voor een steeds groter (jonger) publiek is dat een weinig prikkelend vooruitzicht. Met *Trojan Wars*, dat in maart 2020 in première ging, daagt Het Nationale Theater jongeren uit, zich vijf uur lang te laten meeslepen in de strijd tussen de Grieken en Trojanen. Het HNT stelde hiervoor een 'makelaar' aan, die al in het vroegste stadium van het project naar alle theaters in het land afreisde om een sociale kaart op te stellen en in gesprek te gaan met potentieel publiek. Er werden hiervoor onderwijsinstellingen uitgenodigd bij speciaal voor hen georganiseerde evenementen in de betreffende theaters. Daar werd het project gepitcht voor docenten, zodat *Trojan Wars* en het educatieve programma een plek konden krijgen in het onderwijs, nog voor het schooljaar van start ging. Verder organiseerde het HNT inspiratie- en workshopdagen voor MBO-theaterstudenten, die meewerken aan projecten die rond de voorstellingen plaatsvinden of meespelen in de voorstelling. Dit zijn ook activiteiten die zich niet of nauwelijks laten vangen in jaarcijfers en outputgegevens, maar die essentieel zijn gebleken voor de invulling van de opdrachten die zijn gesteld.**

## Over onze stem naar buiten

Onze sector was van oudsher heel versnipperd in talloze brancheorganisaties, waardoor het moeilijk is om consequent met één stem naar buiten te treden. Eerder werd al de Podiumkunsten Alliantie opgericht om meer te bundelen en door de urgentie van de crisis werd De Taskforce Culturele en Creatieve Sector opgericht als stem naar de politiek. De Taskforce heeft haar kracht en nut voor de sector inmiddels ruimschoots bewezen en kreeg onlangs De Prijs van de Kritiek.

## Over de definitie van (online) publiek

De pandemie is een katalysator voor de digitalisering van de sector, door de afwezigheid van een van de belangrijkste bouwstenen: het fysieke publiek. Er ontstaat een digitale explosie aan creativiteit en nieuwe projecten met livestreams van theater en dansgezelschappen als Nineties Productions, Korzo, ITALive, Frascati, NDT, Eurosonic Noorderslag, de succesvolle webserie van *de Vandalen*, de tv-adaptaties in samenwerking met de NPO, de zoomvoorstelling van Micha Wertheim, de digitale theaterzaal van NNT etc.

ITALive heeft, sinds de pandemie begon, veertien livestreams uitgezonden die in 94 verschillende landen door meer dan 58.000 personen werden bekeken, waarvan maar liefst 48% van het publiek aangeeft dat ze de livestream samen met anderen te kijken. Van de veertien ITALive's komt gemiddeld 31% uit Amsterdam en omgeving, ruim 48% uit de rest van Nederland en 21% uit de hele wereld. ITALive trekt publiek aan uit alle leeftijdscategorieën en vooral ook een jong publiek, bij *Een klein leven* was 26% van de kijkers tussen de 19-30 jaar. Met ITALive wordt er ook een nieuw publiek bereikt, bij *Een klein leven* was bijna de helft (48%) van alle kijkers nieuw. Gemiddeld bereikt ITALive 31% nieuw publiek, en 94% van de kijkers raadt de livestreams aan vrienden en bekenden aan.

**Into The Great Wide Open doet een pilot met het basisinkomen**, die na overleg met het FPK betaald wordt uit de corona steun-gelden en donaties van kaartkopers. Zeven artiesten krijgen zes maanden lang een basisinkomen van euro 5.400. Er is geen formele tegenprestatie, maar zij informeren ITGWO wel over hun voortgang. De idee is dat de makers financiële rust krijgen. ITGWO verwacht dat het de creativiteit bevordert maar zoals gezegd: *no strings attached*. Via de website [www.intothegreatwideopen.nl](http://www.intothegreatwideopen.nl) volg je het komende jaar de makers die De Basisbeurs ontvangen.

## Over de positie van zelfstandigen

De Fair Practice code is verder onder druk komen te staan door de crisis. Ze heeft de kwetsbare positie van zzp'ers nog meer zichtbaar gemaakt, zo concludeert ook NRC<sup>2</sup>. ZZP'ers ontvangen zeer beperkte steun van de overheid en regels als de partnertoets staan in de weg. Maar hier moeten we ook hand in eigen boezem steken. Niet overal worden ZZP'ers doorbetaald. De NAPK maakte eerder een richtlijn voor het doorbetalen van ZZP'ers en deed onderzoek naar of dat gebeurde.<sup>3</sup> Dit beeld verschilt nogal per sector en organisatie. In de in december 2021 aangekondigde steunmaatregelen van OCW is doorbetaling nog sterker verankerd.

2 [www.nrc.nl/nieuws/2021/12/02/we-dachten-we-redden-het-wel-maar-het-kan-echt-niet-meer-a4067744](http://www.nrc.nl/nieuws/2021/12/02/we-dachten-we-redden-het-wel-maar-het-kan-echt-niet-meer-a4067744)

3 <https://napk.nl/meerderheid-napk-leden-heeft-met-steunmaatregelen-zzpers-doorbetaald/>



5 hoofdpunten  
en aanbevelingen

# 1

## Gezamenlijk de risico's verkleinen

**Weeffout** De coronacrisis heeft de verschillen tussen gesubsidieerd en niet gesubsidieerd, tussen klein en groot en tussen jeugdproducent en het volwassencircuit uitvergroot. Daardoor werd nog duidelijker dan voorheen dat risico's binnen de theatersector niet evenredig zijn verdeeld en dat tekorten moeilijk op te vangen zijn. Deze scheefheid was goed te zien in bijvoorbeeld de verdeling van theatervouchers die werden geïntroduceerd door de vele afgelaste voorstellingen. Deze konden namelijk aan andere voorstellingen worden besteed als waar ze voor gekocht waren en legden daarmee het risico volledig bij de producent.

De jeugdpodiumkunstproducenten willen we hier apart benoemen omdat hun sector al zeer lang in disbalans is ten opzichte van de volwassenpodiumkunsten. De kosten voor het maken van jeugdvoorstellingen liggen namelijk niet lager dan die voor het maken van voorstellingen voor volwassenen en de theatertoeslag op jeugdvoorstellingen ligt procentueel hoger dan bij voorstellingen

voor volwassenen waardoor de prijs voor een kaartje steeds hoger wordt. De jeugdgezelschappen genereren echter minder inkomsten vanwege de speciale toegangsprijzen voor kinderen en doordat educatieve activiteiten financieel niet uit kunnen. Daarnaast wordt de helft van alle voorstellingen gespeeld voor scholen, die daarvoor niet de benodigde uitkoopsommen betalen. In de coronacrisis staat deze 'markt' extra onder druk. Door o.a. de coronamaatregelen en leerachterstanden zeggen scholen veelvuldig boekingen af en het financiële risico ligt volledig bij de makers/producenten. Dat betekent veel meer werk, ook in vergelijking met de rest van de sector, door constante verplaatsingen en afzeggingen.

**Aanbeveling 1** We pleiten ervoor dat de brancheorganisaties in de lobby richting overheid inzetten op een doorlopend ticketgarantiefonds en een revolving fund voor de hele theatersector. Daarnaast stellen we voor om het kickstart cultuurfonds duurzaam te maken. Verder is het belangrijk om de regels voor het weerstandsvermogen van instellingen te beperken zodat we een buffer kunnen opbouwen die recht doet aan de risico's die we in deze tijd werkelijk lopen.

**Aanbeveling 2** We willen dat makers, producenten en presentatieplekken samen nieuwe voorstellen ontwerpen. We denken hierbij bijvoorbeeld aan modellen waarin de presentatieplek een aandeel heeft in de (co)productie. De 2P regeling biedt hierin al mooie voorbeelden. Verder pleiten we sectorbreed voor de ontwikkeling van een eerlijker en transparanter model voor uitkoopsommen, garanties en tickettoeslagen en vouchers. Je kunt hierbij ook denken aan de timing van betalingen, bijvoorbeeld voorafgaand aan de voorstelling in plaats van achteraf zodat risico's meer gespreid worden.

**Aanbeveling 3** We pleiten voor doorzetten van de lobby van de brancheorganisaties voor het doorontwikkelen van beleid rondom giften en fiscaliteit, zowel voor bedrijven als voor particulieren. Er is al een mooie start gemaakt met *Leve het geven*<sup>4</sup>, we zien dit programma graag uitgebouwd met betere fiscale voordelen voor mecenasen en adviseren het percentage aftrek te verhogen van 1,25 naar 1,5 procent. Door middel van collectieve promotie kan aan de Geefwet meer bekendheid worden gegeven. Daarnaast zetten we in op het invoeren van een tax shelter, zoals al gebruikelijk in de filmindustrie en in België. Hiermee wordt het fiscaal interessant om te investeren in relatief prijzige theaterproducties.

Om het innovatieve ondernemersklimaat in de theatersector te bevorderen zou een dergelijke belastingmaatregel ook in Nederland moeten worden ingevoerd. Daarmee wordt ook het wegvloeien van productiegeld naar andere landen voorkomen.

**Aanbeveling 4** Voor de jeugdgezelschappen pleiten we voor het voortzetten van de bestaande lobby door het jeugdplatform voor een specifiek vangnet voor het opvangen van de risico's en het extra werk door het afzeggen en verplaatsen van de scholen.

**Omdenkaanbeveling** Het gezamenlijk produceren door vrije en gesubsidieerde producenten gebeurt nu maar mondjesmaat. Samen vormen we het ecosysteem en zijn we gebaat om samen op te trekken vanuit de verschillende speelcircuits om ze een groter publiek te bereiken. Daarom zouden we als sector moeten kijken naar nieuwe modellen waarin we deze samenwerkingen verder uit kunnen bouwen. Wij denken dat hoe dit aan te pakken een mooie vraag kan zijn voor een vervolg op deze denktank.

4 [www.levehetgeven.nl](http://www.levehetgeven.nl)

# 2

## Duurzaam rust en ruimte creëren

**Weeffout** Eens in de vier jaar worden gesubsidieerde instellingen vooral beoordeeld op artistieke kwaliteit, terwijl zij gedurende de periode die erop volgt vooral worden gemonitord op prestatiecijfers. Dit zorgt voor een intern schisma, constante druk, korte termijnplanning en te weinig lucht om vrij te ontwikkelen. De verkoop van voorstellingen vindt ongeveer anderhalf jaar voor het betreffende seizoen plaats, waardoor er weinig flexibiliteit en wendbaarheid is in de programmering en weinig ruimte voor actuele voorstellingen.

**Aanbeveling 1** We pleiten ervoor om in het verlengde van de coulance die we nu zien bij overheden en fondsen de focus te leggen op een beoordelingssystematiek die uitgaat van het meten van impact<sup>5</sup> en die de administratieve last tot een minimum beperkt. Coulance levert de vrijheid op om na te denken over de afstemming van vraag en aanbod, het beste presentatiemoment en de plaats waar het theater en het publiek elkaar ontmoeten, zowel online als offline. Wij pleiten

ervoor om deze rust en vrijheid te behouden en onderschrijven hiermee het advies van de Raad voor Cultuur<sup>6</sup>.

**Aanbeveling 2** Het verlengen van de subsidieperiode naar zes jaar kan helpen in het creëren van deze rust, mits daarmee de in- en doorstroom niet op slot komt te zitten. Dit zorgt niet alleen voor ruimte en rust, maar ook juist voor innovatieruimte om vernieuwingen door te voeren.

**Aanbeveling 3** We willen toe naar een model waarin meer rust en flexibiliteit in de verkoopperiodes uitgangspunten zijn. Dit heeft tot gevolg dat theaters maatschappelijk relevant kunnen programmeren, talent een plek kunnen geven en kortere lijnen kunnen maken met en naar het publiek. Hierin is het zoeken naar een balans tussen grote producties met lange aanlooptijd, seriebespeling, uitgebreide contextprogrammering en daarnaast ruimte houden voor flexibiliteit in de programmering. Een werkgroep genaamd F16, waarin meerdere producenten en podia samen vertegenwoordigd zijn, hebben reeds een start in het denken hierover gemaakt. Zij kijken hoe er in de randen van het seizoen flexibiliteit ingebouwd kan worden voor succes hernemingen. Wij zouden graag zien dat dit denkwerk sectorbreed een vervolg krijgt.

<sup>5</sup> Er zijn hiervoor al diverse pogingen gedaan om tot nieuwe modellen te komen waarin impact en waarde meetbaar gemaakt kunnen worden. Zo was er een pilot van het Fonds Podiumkunsten waarin verschillende podiumkunstorganisaties zich organiseren in voorheen ongekende samenwerkingsvormen. In het kader van de regeling *The Art Of Impact* was er een project, waarin gezocht werd naar waarde-creatie rondom voorstellingen en een manier om de waarde inzichtelijk of meetbaar te maken. Andere instellingen gingen aan de slag met het model van Claartje Bunnik, die in haar boek *Naar Waarde Gewogen#* suggesties voor weging doet. Al deze gesprekken samen, hebben helaas nog niet tot een generieke aanpassing van het model geleid.

<sup>6</sup> <https://www.raadvoorcultuur.nl/documenten/adviezen/2021/11/04/advies-verlenging-cultuurplanperiode>

# 3

## Ons publiek beter leren kennen

**Weeffout** Er zijn lacunes in de kennis die we hebben over ons publiek, zowel over wie ons publiek is als over de dieperliggende motieven van onze bezoekers. Verder zien we dat er marketingkennis ontbreekt over het geheel van de sector en dat we veel te weinig kennis, onderzoeksgegevens en relevante data delen. Ook informatiesystemen als DIP leveren ons op dit moment nog niet de juiste data en informatie op om slagen te maken in nieuwe vormen van marketing. Voor makers blijkt tijdens de crisis nog sterker hoe ingewikkeld het is om geen primaire gegevens van het publiek te hebben, waardoor direct contact onderhouden lastig is. Dat de relatie met het publiek kwetsbaar is, blijkt momenteel ook in het oorspelbare verloop van de terugkeer van het publiek in de zalen, met zeer uiteenlopende en veranderende redenen.

**Aanbeveling 1** We moeten met elkaar een sterke verantwoordelijkheid nemen om de marketing te versterken. Daarvoor is transparantie en kennis- en datadeling essentieel, juist ook van onderzoeken die we doen naar ons publiek. Wij denken dat diepgaander onderzoek naar de motieven van (online) publiek in deze tijd essentiëler is dan ooit, zeker als deze analyse gelinkt wordt aan de pandemie en wat dit met de motieven van bezoekers doet.

**Omdenkaanbeveling** Op termijn willen we als sector data en kennis eenvoudig kunnen delen. Daarom roepen we de gezamenlijke brancheorganisaties op om binnen een jaar verder onderzoek te doen naar uitwisseling van gegevens van kaartkopers. De muziekwereld zou hiervoor als voorbeeld kunnen dienen. Hierover is al eerder advies ingewonnen bij een jurist.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Gedaan door de VVTP voor hun advies aan deze denktank.

“Het huidige uitgangspunt waarbij de gegevens over de kaartverkoop en de gegevens van de bezoekers door de theaters niet met de producenten gedeeld wordt, dient gekanteld te worden naar het tegenovergesteld uitgangspunt: podia zullen de kaartverkoop gegevens en de bezoekersgegevens in beginsel delen met de betreffende producenten. Ook op basis van AVG is dit mogelijk. Wel dienen de theaters hiervoor hun privacy policy en toestemmingsformulier aan te passen om dit gebruik van data mogelijk te maken. Tevens zullen er afspraken gemaakt moeten worden over het gebruik van de bezoekersgegevens. Daarbij moet rekening gehouden worden met het feit dat voorkomen moet worden dat individuele theaterbezoekers bestookt worden met onderling niet afgestemde marketing en andere berichten.”

# 4

## Het nieuwe online genre verder ontwikkelen en verankeren in ons bestel

**Weeffout** Het gevaar is groot dat we in Nederland de ontwikkelingen en inspanningen van de afgelopen maanden op het gebied van streamen en online aanbod zien als iets tijdelijk – ideaal voor de crisis, maar iets waar geen aandacht, tijd en ruimte meer voor is op de langere termijn.

Het digitaal aanbieden van voorstellingen is niet nieuw, de National Theatre in Londen en de Comédie Française in Parijs doen het al jaren met veel succes. Ook Nederland kent voorlopers, zo had Ninteties Productions al een collectieve labfunctie en ontwikkelde Thibaud Delpeut dit genre bij Theater Utrecht. Online theater kannibaliseert niet op het gewone theaterpubliek, integendeel; uit onderzoek blijkt het juist een bron voor jong, internationaal publiek en werkt het drempelverlagend naar fysiek bezoek. Zo bleek een aantal jaren na de introductie van livestreams in de Engelse bioscopen, het lokale theaterbezoek door het hele land te zijn gestegen. 75% van het publiek van Comédie Française in Parijs gaf aan dat ze na het zien van een

online voorstelling juist ook naar het theater willen. En in China worden succesvoorstellingen uit het buitenland vaak eerst in de bioscopen geïntroduceerd voor ze als remake in de lokale theaters te zien zijn.

**Aanbeveling 1** Technologische ontwikkelingen hebben een enorme impact op hoe we leven, hoe we leren, hoe we werken, hoe we consumeren, hoe we contacten onderhouden en hoe we onze vrije tijd besteden. Met een jaarlijks stijgende schermtijd is de virtuele wereld steeds belangrijker geworden. Juist daarom mogen we deze nieuwe digitale openbare ruimte die is ontstaan niet alleen overlaten aan de grote techbedrijven. We hebben als sector een grote digitale verantwoordelijkheid en de taak om onze virtuele wereld artistiek te voeden en er verhaalvormen voor te vinden. De noodzakelijke technische knowhow over online streamen en maken moet verder worden ontwikkeld en toegankelijk gemaakt en gedeeld met de hele sector door het faciliteren van digitale productiehuizen. Hierdoor ontstaat ruimte om de digitale kunstvorm verder te ontwikkelen en te promoten binnen de cultuursector en het draagt bij aan kunstontmoetingen in het hele land.

**Aanbeveling 2** We willen ervoor pleiten dat online produceren zijn eigen financieringsmogelijkheden gaat vinden en dat de btw op online kaartjes omlaag gaat.

**Aanbeveling 3** We pleiten ervoor om de regeling Innovatielabs voort te zetten. Deze middelen zorgen voor meer ruimte om echt nieuwe vormen en samenwerkingen uit te proberen die in de toekomst voor duurzame veranderingen kunnen zorgen.

**Omdenkaanbeveling** We zetten in op een verlenging van de samenwerking met de NPO en omroepen. Het NPO actieplan is een impuls en leidde tot veel meer screentijd voor cultuur op analoge en digitale kanalen. Een aantal nieuwe online formules trokken veel (nieuw) publiek zoals bijvoorbeeld 'On Stage' of zondagavond van de VPRO. Met het continueren van deze programma's kunnen we de continue taak van de publieke omroep op het gebied van culturele programmering beter in het vizier houden.

**Tijdens de crisis werd het publiek online op andere manieren bereikt.** Zo maakte Anoeek Nuyens voor *de Zaak Shell* een zeer uitgebreid lespakket dat met de stream werd verkocht aan middelbare scholen en MBO's. Daardoor konden veel leerlingen de voorstellingen zien en werd er in de klas gewerkt aan het lespakket. Ook waren er voorbeelden van vertoningen van streams in verzorgingstehuizen en op andere plekken, waardoor juist ook deze publieksgroepen konden genieten van theater. De jeugdpodiumkunsten hebben ook mooie hybride vormen geïntroduceerd, zoals een klassikale online vertoning van een voorstelling en een live nagesprek met een theaterdocent van het gezelschap.



# 5

## Regionale pilots

**Weeffout** Gesubsidieerde theaters beconcurreren elkaar met een gelijke programmering en doelgroepen in hetzelfde bedieningsgebied. Er bestaat een repeterend beleid van culturele voorzieningen waarin elke stad dezelfde infrastructuur bouwt.

Daarnaast wordt er weinig samengewerkt vanuit de intentie elkaar te versterken, programmering af te stemmen of samen aanbod te promoten. De maker of producent ervaart steeds meer (financiële) risico's, terwijl de (personele) ondersteuning vanuit het theater afneemt, mede door de crisis. We zien nadrukkelijk 'witte vlekken' in bereik. Het is een feit dat de drie grote steden (Amsterdam, Rotterdam en Den Haag) een aanzienlijk intensiever theaterleven bieden dan de regio's met – nagenoeg – gelijke bevolkingsdichtheid en/of inwonersaantallen. Veel podia buiten de grootstedelijke regio's zijn echter vaak niet in staat een ruimere actieradius te bedienen d.m.v. het bereiken van 'andere' doelgroepen of 'publiekswerking' te bewerkstelligen.

Daarnaast beschikken zij vaak niet afdoende middelen om een podium infrastructuur op te tuigen.

**Aanbeveling 1** Wat corona ons heeft laten zien is hoe belangrijk lokale subsidiegevers zijn. Veel provincies en gemeenten hebben innovatiegelden in het leven geroepen, juist voor betere afstemming en samenwerking. Daarom pleiten we voor pilots voor regionale investeringsfondsen<sup>8</sup> waarin het Rijk de innovatiemiddelen van gemeenten en provincies kan matchen om tot een georkestreerde regio programmering met overkoepelende horizontale en verticale verbindingen in het aanbod te komen. Hiermee willen we doorbouwen op het stelseladvies van de Raad voor Cultuur 2021-2024 waarin een grotere plek voor 11 cultuurregio's een belangrijk onderdeel is.

Het doel van deze pilots is om te kijken wat er in welke regio nodig is om de cultuurprioriteiten vorm te geven en om partnerschap te bevorderen, dus productie en presenteren dichter bij elkaar te brengen. Dit kan gaan om partnerschappen tussen gezelschappen en theaters, tussen theaters en vrije producenten (gebeurt al in de Theateralliantie), tussen gezelschappen onderling, maar ook ruimte voor onderzoek naar nieuw te vormen combinaties. Ook de samenwerking tussen theaters onderling is hierin interessant.

<sup>8</sup> In Utrecht is hier al mee gewerkt, dus het is goed om dat voorbeeld te bekijken en zo te komen tot een model voor heel Nederland.

**De ervaringen in Parkstad Limburg** – met een theater regio van 250.000 inwoners – heeft geleerd dat intensieve samenwerking kan leiden tot een toegenomen artistieke activiteit met inmiddels structureel 100.000 meer bezoekers per jaar (275.000 totaal). Met een uitbreiding naar tien regio's is er ruim meer mogelijk voor makers, waaronder bijvoorbeeld serie bespeling en educatieprojecten.

**Aanbeveling 2** Een van de voordelen van samenwerken in een regio is dat voorstellingen langer op een plek kunnen blijven staan. De kosten bij zowel podia als producent worden gereduceerd en een gezelschap kan de verbinding met haar publiek beter aangaan. Er wordt minder gereisd door bespelers en er zijn minder kosten voor de op- en afbouw. Dit leidt tot betere prijsafspraken met de producenten waardoor risico's worden verkleind. Tevens geeft de langere looptijd van de voorstelling op een plek meer mogelijkheden voor marketingcampagnes, waardoor het publieksbereik en de impact wordt vergroot. Het resultaat is een geconcentreerde spreiding waarbij de presentatie instellingen meer kunnen participeren in coproducties en er duurzame relaties ontstaan tussen gezelschappen, presentatieplekken en publiek.

# Terugblik

Tijdens het schrijven van het stuk veranderde de situatie rond corona voortdurend. De transitie die we met elkaar moeten maken, is veel groter dan we aanvankelijk dachten. Wij als denktank zien overal in de sector een duidelijke wil om samen te werken. Dat moment moeten we met elkaar zien vast te houden.

Wij zien dit rapport als een eerste reflectie op een aardverschuiving. Dit stuk is nooit af en hoe langer deze crisis duurt, hoe meer inzichten we krijgen. Wij zetten voor nu een punt en adviseren om de denktank of een dergelijke vorm permanent voort te zetten en de ruimte voor reflectie in te blijven bouwen. Een aanvullende denktank voor jeugdpodiumkunsten en muziek is naar ons idee noodzakelijk. Verder hopen wij dat de Taskforce en de Podiumkunsten Alliantie doorgaan met hun nuttige werk en dat deze samenwerking kan leiden tot meer bundeling in de toekomst.

We denken dat het transparant opvolgen van de aanbevelingen in dit rapport essentieel is. Wellicht moeten er keuzes gemaakt worden. Laten we die dan met elkaar maken. Zodat dit rapport echt een steen in de vijver kan zijn. Wij zien dit vervolg als een brede opdracht voor de gezamenlijke brancheverenigingen.

De pandemie is in zekere zin een wake up call voor het belang van kunst en cultuur in de samenleving. We worden gemist door het publiek. En de crisis toont aan hoe belangrijk onze sector is voor de werkgelegenheid en economie. Het is wezenlijk dat we juist deze zaken gezamenlijk voor het voetlicht blijven brengen bij publiek, beleidsmakers en overheden.

De wereld blijft voorlopig onzeker, waardoor onze praktijk weerbarstig blijft. We hopen dat we die onzekerheid en weerbarstigheid kunnen blijven omarmen en kunnen omzetten naar oplossingen en nieuwe wegen. Zodat we kunnen blijven doen waar we het in the end altijd voor doen: het geluk van de beleving van kunst en cultuur op al die prachtige plekken die we willen koesteren.

## Colofon

Dit rapport is de opbrengst van een aantal digitale bijeenkomsten van de Denktank Corona in het najaar van 2021. Deze denktank is ingesteld vanuit de Podiumkunsten Alliantie, bestaande uit NAPK, VSCD, Vlakke Vloer Platform, VVTP en DVPKF.



Vlakke  
Vloer Platform



De leden van de denktank zijn Jeroen Bartelse, Ulrike Buerger, Cees Debets, Silvie Dees, Harmen van der Hoek, Dago Houben, Bas Schoonderwoerd, Jolanda Spoel en Friederike Weisner. De denktank werd voorgezeten door Annabelle Birnie, met als secretaris Lene Grooten.