



# Inventarisatie jonge makers podiumkunsten

Onderzoek & advies

In opdracht van de provincie Noord-Holland

Bastiaan Vinkenburg  
Mirthe de Kok

**Berenschot**

*10 maart 2022*

## Inhoudsopgave

<b>1. Inleiding</b>	<b>3</b>
1.1 Context: jonge makers in (post)coronatijd	3
1.2 Zorg: een lichter die niet gezien wordt	4
1.3 Onderzoeksvraag en aanpak	4
1.4 Overzicht van de keten in de podiumkunsten	4
<b>2. Problematiek met gevolgen voor jonge makers</b>	<b>6</b>
2.1 Consumptie: problematiek	6
2.2 Presentatie: problematiek	7
2.3 Productie: problematiek	7
2.4 Makers: problematiek	8
2.5 Gevolg: jonge makers vallen tussen wal en schip	9
<b>3. Oplossingsrichtingen voor de keten</b>	<b>10</b>
3.1 Consumptie: oplossingen gericht op publiek	10
3.2 Presentatie: oplossingen gericht op speelplekken	10
3.3 Productie: oplossingen voor produceren	12
3.4 Creatie: oplossingen bij de makers zelf	13
<b>4. Aanbevelingen aan de provincie</b>	<b>14</b>
4.1 Kaders	14
4.2 Voorbeelden van andere regelingen	14
4.3 Mogelijke provinciale stimuleringsmaatregelen	15
<b>Bijlage: gesprekspartners en bronnen</b>	<b>16</b>

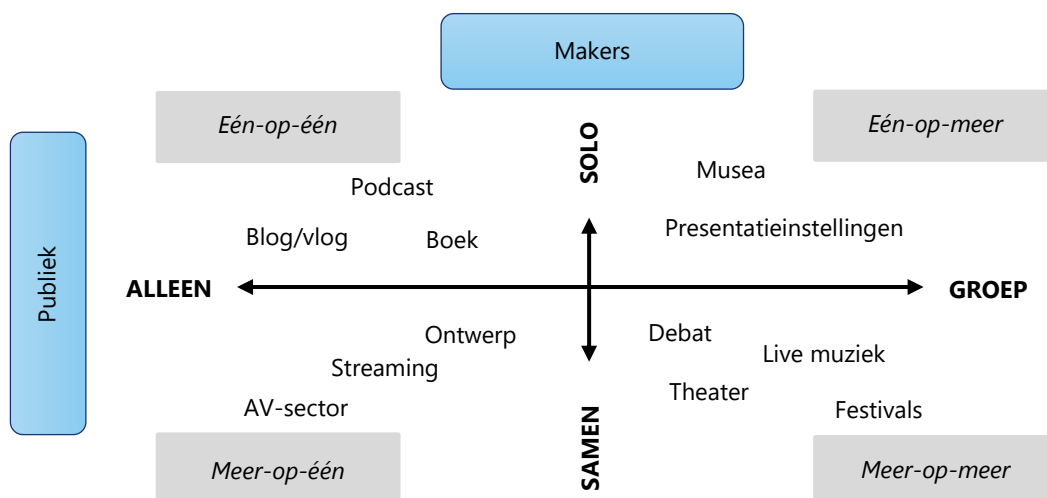
# 1. Inleiding

## 1.1 Context: jonge makers in (post)coronatijs

Langzamerhand komen de podiumkunsten (theater, muziek, dans en dergelijke) weer op gang. De theaters, poppodia en concertzalen mogen weer open, ook weer 's avonds en 's nachts. Het is nog bij lange na niet vol, maar er stroomt weer publiek binnen. Dankzij de noodsteun van het Rijk en de bijdragen uit het provinciale noodfonds heeft het grootste deel van de culturele instellingen in Noord-Holland de coronacrisis kunnen overleven. De infrastructuur en dan met name de presentatieplekken zijn behouden door vereende krachten van lokale, provinciale en de landelijke overheid.

Hoe anders is dat aan de producerende kant, het aanbod. Veel producties zijn vorige seizoenen uitgesteld en grotendeels worden deze alsnog geprogrammeerd. Maar door de beperkingen zijn aanbod en vraag uit balans geraakt. De ruimte voor nieuwe producties is al helemaal schaars. Daar zijn makers (vooral zij die niet verbonden zijn aan gezelschappen) de dupe van. Deze makers zijn grotendeels zzp'ers, zowel op het artistieke, productionele als technische vlak. Veel van deze zzp'ers hebben zo weinig kansen op het tonen van producties dat zij (deels) een andere baan in een andere sector hebben gezocht. Dat was tijdens de coronacrisis al, maar het blijft ook nog zo: door financiële nood en onzekerheid in de sector voor de korte en langere termijn kunnen veel (zelfstandige) makers niet langer wachten. Volgens gesprekspartners en artikelen (zie de bronnenlijst) blijkt dit onder meer uit de moeite die zij momenteel hebben met het vullen van vacatures binnen de cultuursector.

De gevolgen van de coronacrisis zijn, vergeleken met andere culturele deelsectoren, extra voelbaar in de podiumkunsten. Het onderstaande kwadrantenmodel dat al in het begin van de coronacrisis werd opgesteld door de Raad voor Cultuur en dat is gepubliceerd in het rapport *Onderweg naar Overmorgen* uit mei 2020 maakt inzichtelijk dat de podiumkunsten meestal (op solovoorstellingen of optredens na) in de meer-op-meer categorie vallen: een groep kunstenaars maakt of doet samen iets waar vervolgens in een andere context, meerdere mensen tegelijk naar kijken of luisteren. Voor deze categorie zijn dus meerdere makers, een presentatieplek en meerdere mensen publiek nodig, in tegenstelling tot de beeldende kunsten of bijvoorbeeld de audiovisuele sector. Dat maakt de podiumkunsten extra kwetsbaar voor de beperkende maatregelen die zijn genomen tijdens de coronacrisis en voor de nasleep daarvan. Ook uit onze gesprekken met Noord-Holland kenners bleek dat de problematiek zoals beschreven in dit rapport specifiek geldt voor de podiumkunsten en dat deze minder geldt voor andere deelsectoren als bijvoorbeeld fotografie en film.



Figuur 1. Kwadrantenmodel culturele sector, Raad voor Cultuur, 2020

## 1.2 Zorg: een lichter die niet gezien wordt

Bovenstaande is extra pijnlijk voor jonge makers in de podiumkunsten, die relatief nieuw zijn in de sector omdat zij de afgelopen jaren zijn afgestudeerd in een kunstvakopleiding en/of recent staan ingeschreven staan bij de Kamer van Koophandel. Dit kunnen overigens ook mensen zijn die pas op latere leeftijd de cultuursector in gaan. Zij staan nog aan de start van hun carrière, moeten nog naam maken en moeten hun portfolio en beroepspraktijk nog opbouwen. Dit betreft zowel de makers die op het podium verschijnen (musici en acteurs) als de 'mogelijkmakers' achter de schermen (regisseurs, technici, lichtontwerpers, decormakers, scenaristen en dergelijke). Wij beseffen dat niet iedereen uit deze groep zichzelf 'maker' zal noemen; veel musici maken bijvoorbeeld niet zelf hun werk, maar brengen meestal bestaand werk ten gehore. Voor de duidelijkheid van dit stuk prefereren wij één term te gebruiken en wij achten 'makers' daarvoor het meest geschikt.

De provincie Noord-Holland kreeg van veel kanten signalen dat jonge makers het lastig hebben. De overvolle programmeringen en het risicomijdende gedrag van podia maken het voor deze groep lastig om een plek te vinden waar zij hun aanbod kunnen laten zien. De keten is verstoord door de coronacrisis: degenen die aan het begin van de keten staan krijgen te weinig ruimte om hun beroepspraktijk op te zetten. Hierdoor dreigt een hele lichter, te weten enkele jaargangen van jonge makers niet gezien te worden of misschien zelfs wel van het toneel te verdwijnen. En dat terwijl de cultuursector hen juist hard nodig heeft voor vernieuwing in de podiumkunsten.

## 1.3 Onderzoeksvraag en aanpak

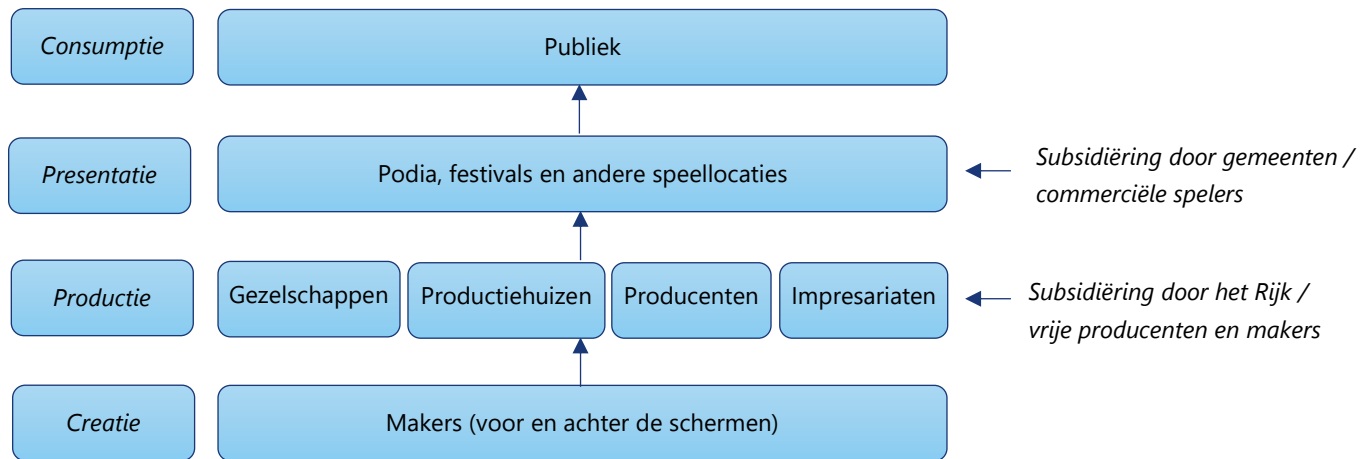
De coronacrisis en haar nasleep maken het voor de nieuwe generatie makers in de podiumkunsten lastig om hun beroepspraktijk op te bouwen. Om hun opleidingen en talenten maximaal te benutten en vernieuwing in de sector te stimuleren is het belangrijk dat deze generatie jonge makers gezien wordt en kansen krijgt. De provincie Noord-Holland heeft Berenschot als volgt gevraagd onderzoek te doen en met aanbevelingen te komen:

- A) *Breng in kaart wat de problemen zijn waar jonge makers in de podiumkunsten als gevolg van de coronamaatregelen mee te maken hebben;*
- B) *Schets welke mogelijkheden de provincie Noord-Holland kan gebruiken om hier iets aan te doen.*

Voor deze inventarisatie hebben wij allereerst relevante rapporten en documenten bestudeerd, inclusief de eigen eerdere verkenningen voor onder meer de Taskforce Culturele en Creatieve Sector, de provincies Noord-Holland en Utrecht, de VNG en diverse gemeenten. Ook informatie uit veldonderzoek van de Creatieve Coalitie en de Kunstenbond is gebruikt. Daarnaast zijn wij in gesprek gegaan met kenners uit het Noord-Hollandse veld van de podiumkunsten, te weten de Toneelschuur, de Karavaan, Frascati, Rose Stories en de Amsterdamse Hoge School voor de Kunsten. Ten slotte hebben we groepsgesprekken gevoerd met jonge makers in de podiumkunsten. Deze zijn bij dit onderzoek betrokken via Platform Aanvang! en het Platform Freelance Musici.

## 1.4 Overzicht van de keten in de podiumkunsten

Voor de inventarisatie van de informatie en het ordenen van de bevindingen, werken wij met de keten in de podiumkunsten. De cultuursector bestaat uit een fijnmazig netwerk van culturele instellingen, groepen, tussenpersonen en makers die alle hun eigen kenmerken hebben, zowel wat betreft taken als wat betreft kostenstructuur en inkomsten. De figuur hieronder toont schetsmatig de keten waaruit de podiumkunsten bestaan. We lichten hier eerst de vier door ons onderscheiden schakels in de keten van de podiumkunsten toe. Het komt overigens ook voor dat niet alle schakels worden benut en dat de keten wordt kortgesloten. Voor elke schakel werken wij in hoofdstuk twee van dit rapport de problematiek uit en vervolgens geven wij in hoofdstuk 3 oplossingsrichtingen voor elke schakel. Ten slotte laten we in hoofdstuk 4 zien hoe de provincie kan bijdragen.



Figuur 2. Schetsmatige keten van podiumkunsten

- **Consumptie:** allereerst is er natuurlijk het **publiek**, dat van de voorstellingen en concerten geniet. Het bestaansrecht van de podiumkunsten ligt voor een groot deel besloten in de interactie tussen makers en publiek en komt dus live het beste tot zijn recht. Er wordt natuurlijk ook online publiek bereikt, een ontwikkeling die in de coronacrisis een vlucht heeft genomen maar slechts beperkt tot verdienvermogen heeft geleid. Het bereiken en vervolgens binden van nieuw publiek is een van de grootste kansen maar ook uitdagingen voor de podiumkunstensector. Ook professionals die in de andere schakels van de keten werken zijn vaak in het publiek te vinden. Daardoor komen jonge makers ook bij het culturele veld in beeld.
- **Presentatie:** ten tweede zijn er de **presentatieplekken**, waaronder alle plekken vallen waar podiumkunsten vertoond worden. Hieronder vallen schouwburgen, concert- en muzieksalen, theaters, poppodia en alle andere locaties waar opgetreden wordt, zoals als kerken en cafés en buiten, op pleinen en in de natuur. Op deze plekken vinden losse voorstellingen en concerten plaats of series, maar ook in de vorm van festivals. Gemeenten zijn meestal verantwoordelijk voor de voorzieningen en accommodaties in de cultuursector. Door middel van beleid en subsidies dragen zij bij aan de (in hun ogen) essentiële presentatieplekken in de lokale culturele infrastructuur.
- **Productie:** de derde schakel in de keten vormen alle 'leveranciers' van aanbod, dat wil zeggen **gezelschappen, productiehuizen, (vrije) producenten en impresariaten**, die elk op hun eigen manier de verbinding leggen tussen makers en presentatieplekken. Gezelschappen zijn groepen waar makers zich voor één of meerdere projecten bij aansluiten of waarbij zij een enkele keer zelf vast in dienst zijn. Een deel van deze gezelschappen wordt via de landelijke culturele basisinfrastructuur en de Rijkscultuurfondsen financieel ondersteund door het Rijk (denk aan grote dans-, theater- en toneelgroepen, orkesten, ensembles, koren en opera). Productiehuizen zijn ontwikkelinstellingen waar (jonge) makers bij elkaar komen om nieuw werk te produceren. Bij veel productiehuizen is ook een eigen presentatieplek beschikbaar. Dat geldt in elk geval voor Frascati en De Toneelschuur. (Vrije) producenten verzamelen per productie een gezelschap van makers waarmee zij aan de slag gaan. En impresariaten, tot slot, hebben een intermediaire rol tussen de vraagkant (presentatieplekken) en de aanbodkant (gezelschappen en individuele makers). Voor sommige jonge makers, vooral musici, geldt dat zij de productie zelf op zich nemen: zij organiseren hun eigen concerten en staan direct in contact met de presentatieplekken.
- **Creatie:** tot slot bestaat de keten uit de laag met werkenden, het cultureel werkkapitaal, in het bijzonder de **makers** zelf, waarbij het zowel gaat over makers die op het podium verschijnen, zoals dansers, musici en acteurs, als de mogelijkmakers die achter de schermen werken, zoals technici, regisseurs en decorbouwers. Kenmerken van deze groep zijn weinig vaste banen, een groot aandeel zelfstandigen (landelijk is 60% van de makers zelfstandig), veel kleine dienstverbanden en opdrachten waardoor makers vaak afhankelijk zijn van meerdere werk- en opdrachtgevers, en gemiddeld relatief lage beloningen.

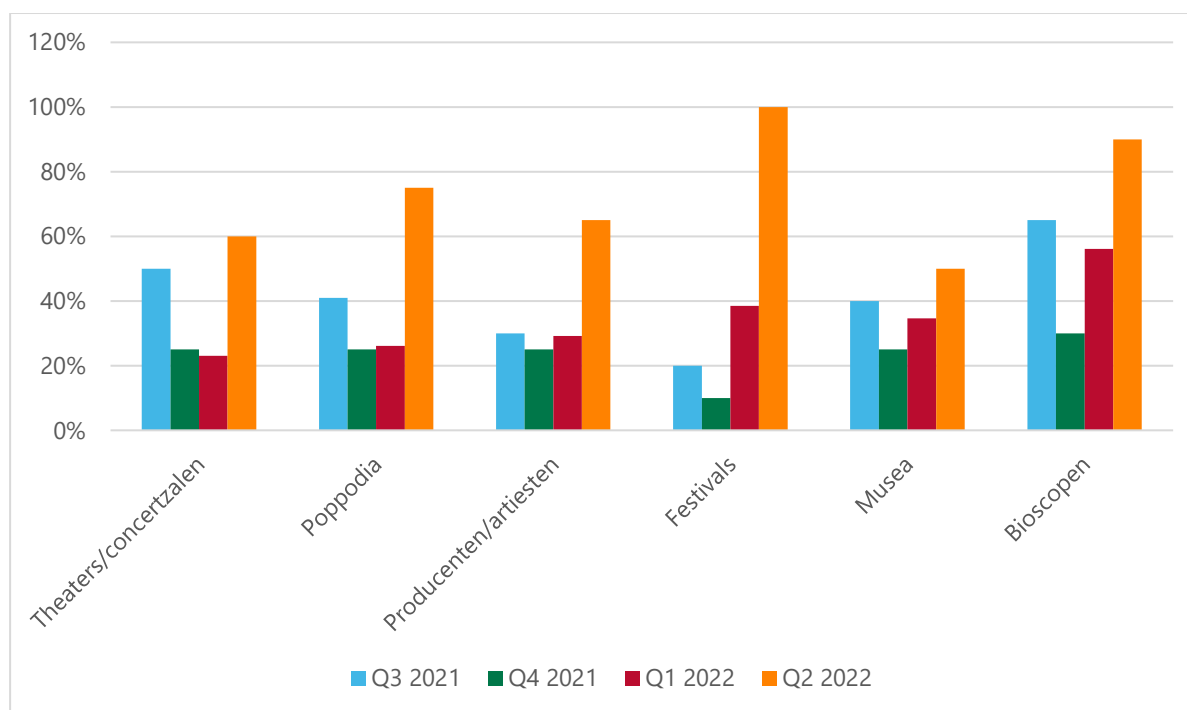
## 2. Problematiek met gevolgen voor jonge makers

Hieronder zetten we per onderdeel uit de keten de problematiek van jonge makers n.a.v. de coronacrisis uiteen.

### 2.1 Consumptie: problematiek

**Publiek is terughoudend.** Door de coronacrisis zijn mensen, zeker diegene met een kwetsbare gezondheid, voorzichtiger met op pad gaan en in grotere gezelschappen bij elkaar komen. Dit geldt nog sterker bij activiteiten die binnen plaatsvinden, zoals bij podiumkunsten vaak het geval is. Ook de coronapas en toegangstesten kunnen een extra drempel vormen voor publiek om naar een voorstelling te komen. Voor de meer klassieke podiumkunsten, waar het publiek gemiddeld op leeftijd is, loopt het allerminst storm.

Onderstaande figuur laat zien dat in het lopende seizoen de vraag sterk achterblijft ten opzichte van het laatste jaar voor corona, 2019. Met name in het vierde kwartaal van 2021 en het eerste kwartaal van 2022 is de lockdown terug te zien in de beperkte vraag. Theaters en concertzalen ramen in het tweede kwartaal een herstel tot 60% van de vraag, poppodia, bioscopen en vooral festivals verwachten dat de vraag sneller herstelt. Er is over het hele seizoen een duidelijke 'onderafname' die ook resulteert in forse inkomstenderving voor de cultuursector.



Figuur 3. Omvang vraagherstel culturele seizoenen 2021-2022 (raming) per deelsector. Bron: Berenschot in opdracht van de Taskforce Culturele en Creatieve Sector, laatste raming van 7 maart 2022.

**Routine is verstoord.** Hoewel de laatste jaren voor de coronacrisis de voorverkoop bij podia ook al afnemend was, is door de coronacrisis de routine van publiek om voorafgaand aan een komend seizoen voorstellingen te selecteren en kaarten te kopen helemaal verstoord. Mensen hebben tijdens de coronacrisis andere manieren van vrijetijdsbesteding gevonden dan het bezoeken van podiumkunsten. Het publiek moet zich opnieuw oriënteren op het aanbod, dat bovendien nog flink verandert door alle wijzigingen in de coronamaatregelen. Dat heeft in elk geval tot gevolg dat voor voorstellingen op korte termijn nog niet veel kaarten worden gekocht. Bovendien bestaat het idee dat het gebruikelijke publiek terugvalt op bekende namen, en voorlopig minder geneigd is tot experimenten. In normale tijden gingen mensen zo regelmatig, dat zij makkelijker geneigd waren af en toe iets nieuws en onbekends te proberen. Ook die routine is verstoord. Een nieuw publiek heeft nog helemaal geen routine ontwikkeld.



## 2.2 Presentatie: problematiek

**Volle programmering.** Tijdens de coronacrisis kwam (een groot deel van het aanbod) noodgedwongen stil te liggen. Zeker in de podiumkunsten, die draaien om de live ervaring, hebben er maandenlang veel minder tot geen activiteiten kunnen plaatsvinden. Een groot deel van de activiteiten die vanwege corona niet door konden gaan is uitgesteld (en niet definitief gecancelld) of vindt volgend seizoen plaats. Daarnaast zijn instellingen doorggegaan met het produceren van nieuwe voorstellingen en heeft de crisis nieuwe vormen van aanbod gestimuleerd, die veelal náást het reguliere aanbod komen te staan en het reguliere aanbod niet vervangen. Om deze redenen zitten de programmeringen, nu het aanbod stapsgewijs weer op gang komt, bomvol. En ook de spreekwoordelijke 'planken' liggen vol met werk dat wel geproduceerd, maar nog niet getoond is. Voor jonge makers betekent dit overaanbod dat er in de programmeringen simpelweg minder plaats is voor hun werk.

**Risicomijdend gedrag van podia.** Podia zijn in de coronacrisis veel geheel of gedeeltelijk dicht geweest. Zij hebben daarom inkomsten verloren en hebben minder of ander soort contact gehad met hun publiek. Nu zij langzamerhand weer meer open mogen, is er hen veel aan gelegen zo goed mogelijk te draaien. Zij zijn daarom geneigd op safe te spelen en daardoor bijvoorbeeld minder met nieuwe namen te werken.

**Afwezigheid van springplanken voor talent.** Door de coronacrisis hebben veel evenementen die functioneren als springplanken voor talent (nieuwe namen die opvallen, uitbreiden netwerk etc.) zoals festivals geen doorgang gevonden. Jonge makers liepen hierdoor kansen mis. Twee duidelijke voorbeelden in Noord-Holland zijn het ITS-festival dat sinds 2021 opgehouden is te bestaan vanwege het uitblijven van structurele financiering en de presentatiedagen van opleidingen, waar studenten hun afstudeerproject tonen en professionals uit het werkveld talenten scouten.

## 2.3 Productie: problematiek

**Minder werk en opdrachten voor gezelschappen en producenten.** Tijdens de crisis was er veel minder werk te doen in de cultuursector. Zeker in de podiumkunsten, waar het draait om de live ervaringen van publiek, hebben veel minder activiteiten kunnen plaatsvinden. Presentatieplekken moesten sluiten voor publiek, dus producties werden niet vertoond. Ook de voorbereiding is grotendeels stil komen te liggen. Gezelschappen mochten lange perioden niet samenkomen om te repeteren, en producenten waren genoodzaakt hun activiteiten tijdelijk te staken. Hierdoor hadden deze partijen minder werk om aan te bieden voor makers.

**Productie zonder presentatie.** Positief is overigens dat gesprekspartners van Frascati en de Toneelschuur aangeven dat zij tijdens de coronacrisis door zijn gegaan met produceren, ook (deels) met jonge makers. Hierdoor konden (jonge) makers in ieder geval aan de slag met nieuw werk en groeien in het maakproces. Wel is het werk dat hieruit is voortgekomen 'op de plank' komen te liggen of slechts in klein gezelschap getoond.

**Risicomijdend gedrag van producenten en impresariaten.** De werkzaamheden van producenten en impresariaten (het organiseren van voorstellingen, concerten en tournees, als tussenpersoon tussen de makers en de presentatieplekken) hebben tijdens de coronacrisis lange perioden stilgelegen. Zij hebben hierdoor inkomsten verloren en zijn er daarom op gebrand het muzikale seizoen zo goed mogelijk af te sluiten, nu de cultuursector weer langzaam opengaat. Zij zijn daarom geneigd op safe te spelen en daardoor bijvoorbeeld minder met nieuwe namen te werken. Daarnaast werken volgens onze gesprekspartners steeds meer programmeurs met impresariaten, via welke ze een groot deel van de programmering al vullen. Voor jonge makers die (nog) niet bij een impresariaat zitten, maakt dit het lastiger om ertussen te komen.

**Producties en tournees zijn zeer kostbaar.** Hoewel de inkomsten en inkomens van individuele makers laag zijn, zijn de kosten van complete producties juist hoog, door de lange voorbereidingstijd en de brede groep van betrokkenen op het podium en achter de schermen. Een kleine productie met bijvoorbeeld twee acteurs, een muzikant plus technici en alle ontwikkelaars, kost gauw anderhalf tot twee ton. Een grote productie met meer acteurs en grotere decors, licht- en geluidontwerpen kan wel vijf ton kosten. Als de voorstelling langs zalen gaat toeren, nemen de operationele kosten bovendien snel toe, wat al gauw kan oplopen tot een ton extra.

**Minder begeleiding en coaching van jonge makers door producerende instellingen.** Culturele instellingen die het begeleiden en coachen van jonge makers hoog in het vaandel hebben staan, komen hier door de coronacrisis minder aan toe. Zij zijn lange perioden geheel of gedeeltelijk gesloten geweest en krabbelen nu langzaam op. Daar hebben zij momenteel vaak hun handen al mee vol, waardoor hun prioriteiten op andere plekken liggen dan het begeleiden en coachen van jonge makers. Jonge makers geven aan deze begeleiding en coaching te missen. Dit wordt deels ingevuld door productiehuzen die zich specifiek op begeleiding van jonge makers richten, waarvan er gelukkig wel goede voorbeelden zijn, maar daarmee worden lang niet alle jonge makers bediend.

#### Noord-Hollandse voorbeelden van talentontwikkeling van jonge makers in de podiumkunsten

- Frascati heeft een vierjarig talentprogramma voor tien tot zestien jonge makers
- Frascati biedt met 'Beginnings' een eenjarig traject aan vier jonge makers om nieuw werk te ontwikkelen
- Via Rudolphi organiseert een gecombineerde presentatietour voor drie net-afgestudeerden: 'Het Debuut'
- De Toneelschuur heeft een vierjarig talentprogramma voor zes jonge makers
- Rose Stories heeft talentontwikkelingstrajecten voor biculturele makers
- Rose Stories heeft een writers room waar schrijvers hun stuk kunnen pitchen
- Winterkaravaan biedt talentontwikkelingsplekken voor 10 tot 20 jonge makers per jaar
- Diverse festivals bieden ruimte aan jonge makers, zoals Karavaan en Over het IJ; het ITS-festival is gestopt
- Hollandse Luchten met als thuisbasis culturele broedplaats HAL25 in Alkmaar
- Makersloket van het Over het IJ-festival
- Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten heeft opleidingen in het Starterscafé opengesteld voor alumni

**Amateurkunsten hebben moeite met opstarten.** Jonge makers, zeker musici, krijgen normaal gesproken ook regelmatig werk via amateurkunst-instellingen, zoals programmerende stichtingen en verenigingen die een of meerdere concerten of festivals organiseren en amateurkoren en orkesten die professionals inhuren. Uit het groeps gesprek met jonge musici en uit onze andere onderzoeken blijkt dat de organiserende spelers in de amateurkunsten na de coronacrisis moeite hebben om weer op te starten. De onzekerheid rondom maatregelen, coronabesmettingen, hoeveelheid publiek en inkomsten maakt dat zij terughoudend zijn en (nog) niet op het oude niveau draaien. Voor jonge makers betekent dit ook de komende periode nog aanzienlijk minder werk.

## 2.4 Makers: problematiek

**Minder werk en opdrachten voor makers.** Als gevolg van het lage aantal activiteiten tijdens en vooralsnog ook na afloop van de crisis was en is er veel minder werk te doen in de cultuursector. Hierdoor doen makers minder ervaring op, maar kunnen ze ook 'uit vorm' raken, denk bijvoorbeeld aan dansers of aan musici die moeten blijven trainen op samenspelen. Dit gebrek aan werk wordt vooral gevoeld door zelfstandigen (zie ook hieronder). Voor jonge makers is dit extra lastig, omdat het voor hen belangrijk is om vlieguren te maken: zij moeten hun netwerk, portfolio en beroepspraktijk nog opbouwen. Het is belangrijk dat zij zich kunnen laten zien aan zowel publiek als aan professionals in het werkveld die jonge makers verder kunnen helpen in hun rol als programmeurs, recensenten en leiders van gezelschappen en ensembles. Tijdens de coronacrisis hebben jonge makers vaak noodgedwongen een andere baan erbij gehad en/of hebben zij gekozen voor een vervolgstudie met perspectief op werk in een andere (minder onzekere) sector. Veel mogelijkmakers zoals technici hebben ook hun heil elders gezocht, zoals in de ICT, waar meer baanzekerheid, een stabielere werkomgeving en een hoger inkomen te halen zijn. Hierdoor gaat cultureel werkkapitaal verloren.

Verschillende gesprekspartners geven aan hier nog een verschil te zien tussen de groep die net voor de coronacrisis zijn afgestudeerd en de groep die tijdens de crisis afstudeerde. Jonge makers uit deze laatste groep hebben vaak (tijdelijk) een andere baan gezocht, waren qua uitgavepatroon hun studentenstandaarden nog gewend en konden gebruikmaken van het alumninetwerk van hun opleidingen. De groep die al enkele jaren was afgestudeerd toen de coronacrisis haar intrede deed had nog (te) weinig liquiditeit opgebouwd om klappen op te vangen, maar wel al hogere uitgavepatronen. Zij waren de vangnetten van alumninetwerken en productiehuzen vaak net al ontstegen. Hierdoor vormen zij ook een nadrukkelijk kwetsbare groep jonge makers.



Wij hebben overigens onder meer gesproken met Rose Stories, wat zich specifiek richt op makers met een bi-culturele achtergrond en uit gemarginaliseerde groepen. Op basis van dit gesprek hebben wij geen signalen dat deze subgroep makers tegen ander type problematiek aanloopt in relatie tot de coronacrisis dan andere makers.

**Coronasteun van de overheid belandt (nog) niet bij makers.** Overheidssteun was vooral gericht op instellingen. Het idee van 'trickle down' gebeurt in de praktijk onvoldoende. In de podiumkunsten werken – net zoals in de gehele culturele sector – relatief veel zzp'ers en relatief weinig mensen met een (vast) dienstverband. Recent onderzoek van de Boekmanstichting laat zien dat zzp'ers aanzienlijk minder hebben geprofiteerd van de coronasteunmaatregelen van de overheid dan medewerker met een vast dienstverband. Volgens het onderzoek bezuinigden culturele organisaties in de coronacrisis 55% op zzp'ers en slechts 3% op personeel in loondienst. De flexibele schil blijkt een gemakkelijke bezuinigingsoptie te zijn in tijden van crisis, zo blijkt ook uit onderzoek van het CBS. Uit daarop voortbouwend onderzoek van de Boekmanstichting, Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund, blijkt dat de generieke steunmaatregelen van het rijk, die gericht waren op het behoud van (vaste) werkgelegenheid, niet hebben bijgedragen aan het behoud van de flexibele schil.

Uit onderzoek van de Creatieve Coalitie en de Kunstenbond van eind 2021 blijkt weer dat de steun de zzp'ers maar zeer beperkt bereikt. Dat onderzoek laat zien dat het verlenen van steun voor zzp'ers niet alleen via trickle down (het steunen van instellingen en ervan uitgaan dat zij zelfstandigen zullen betalen) te organiseren is. Het grootste deel van de zelfstandigen blijkt namelijk niet via de instellingen met een subsidierelatie bereikt te kunnen worden. De Kunstenbond en de Taskforce Culturele en Creatieve Sector pleiten voor een vangnetregeling om steun te kunnen verlenen aan zelfstandigen die niet worden bereikt met bestaande noodsteun of via instellingen.

**Toenemend belang van ondernemerschap.** Jonge makers geven aan dat ondernemerschap de afgelopen jaren een steeds belangrijkere rol is gaan spelen in hun vak. Jonge makers doen – zeker in het begin – vaak nog alles zelf: ze zijn hun eigen producent, technicus, PR-medewerker, fondsenwerver, artistiek leider én zakelijk leider. De ondernemende kant van het vak leren makers voornamelijk in de praktijk. Zij hebben hier de hulp en begeleiding van inmiddels ervaren makers uit hun netwerk, begeleidingstrajecten, festivals of productiehuizen voor nodig, wat in de coronatijd ingewikkeld was. In de opleidingen is voor ondernemerschapsvaardigheden maar beperkt aandacht, op enkele uitzonderingen na. En dat is deels terecht, zo zeggen gesprekspartners, omdat je dit het beste in de praktijk kunt leren. Musici gaven daarnaast aan dat de vanzelfsprekendheid om gevraagd te worden er tijdens de coronacrisis af is gegaan, en dat zij verwachten dat dit deels zo blijft. Zij zullen zich dus proactiever moeten opstellen, zichzelf meer moeten promoten en ondernemender worden om aan werk te komen.

**Hoe lang ben je een talent?** Jonge makers moeten vrij snel na de start van hun carrière ontdekken of deze een grote vlucht gaat nemen en of je 'ertussen komt' in het veld. Volgens gesprekspartners komt rond je 30<sup>e</sup> het moment waarop je kiest om passie te blijven volgen of dat je kiest voor zekerheid, misschien wel buiten de podiumkunsten. Jonge makers die net voor of tijdens de coronacrisis zijn afgestudeerd zitten alweer twee jaar dichterbij de 30, zonder deze verkenning gestalte te hebben kunnen geven.

## 2.5 Gevolg: jonge makers vallen tussen wal en schip

Bovenstaande problemen leiden tot het risico op een aantal lichten, mogelijk zelfs een hele generatie jonge makers die niet gezien wordt en (te) weinig kansen krijgt. Tijdens de coronacrisis is een deel van de jonge makers reeds op zoek gegaan naar een (tijdelijke) andere baan in een andere sector. De Survey on Stage, een onderzoek uit 2020 onder 1.525 zzp'ers werkzaam in de podiumkunsten laat bijvoorbeeld zien dat 40% van hen zich genooddaakt voelt om buiten de sector werk te vinden. 27% van de respondenten in dat onderzoek overweegt omscholing of is reeds omgeschoold. De verstoorde keten in de podiumkunsten kan ertoe leiden dat een deel van de jonge makers na afloop van de coronacrisis niet meer terugkeert naar culturele organisaties. Hiermee zou talent en expertise verloren gaan en dit zou vernieuwing in de podiumkunsten remmen. Juist nu het einde van de coronacrisis in zicht komt, is het belangrijk om te investeren in het behoud van deze groep binnen de podiumkunstensector. Nieuwe steun- of stimuleringsmaatregelen zouden zich hier dan ook op moeten richten. Het volgende hoofdstuk van dit rapport gaat in op hoe deze maatregelen eruit (kunnen) zien.

### 3. Oplossingsrichtingen voor de keten

Dit hoofdstuk schetst oplossingsrichtingen voor de bovengenoemde problemen voor jonge makers in de podiumkunsten. We volgen hierbij dezelfde indeling, langs de vier niveaus van de podiumkunstenketen. De jonge makers met wie wij in gesprek gingen benadrukten allemaal dat *fair practice* en *fair pay* belangrijk zijn om mee te nemen in al deze oplossingsrichtingen.

#### 3.1 Consumptie: oplossingen gericht op publiek

- A) Algemene promotie.** Door het onder de aandacht brengen van het volledige culturele aanbod in een stad of regio, wordt het publiek op het idee gebracht om weer uit te gaan. Er is een landelijke campagne Mooier dan Ooit, die wordt ingezet voor theaters en musea. Lokaal kunnen ook campagnes worden opgestart of de bestaande Uit-agenda's kunnen worden geïntensiveerd. Zo kan meer zichtbaarheid gegenereerd worden voor het werk en de voorstellingen of concerten van jonge makers.
- B) Publiekspassen.** Specifiek voor podiumkunsten kan het gebruik van passen zoals We are Public en de Podiumpas worden aangejaagd. Dit is speciaal gunstig voor jonge makers, omdat zij hiermee meer onder de aandacht worden gebracht. Deze passen zijn wel vooral in gebruik door publiek dat normaal gesproken regelmatig bezoeken brengt. Van de Podiumpas zijn reeds meerdere pilots geweest, waarin zij succesvol bleek: publiek kiest avontuurlijker (andere genres en andere presentatieplekken) en komt frequenter. Door de coronacrisis heeft de verdere uitrol van de Podiumpas stilgestaan, maar er zijn plannen om de pas aankomend najaar alsnog te lanceren.
- C) Distributie van kaarten.** Kaarten kunnen, wanneer een zaal niet uitverkocht is, beschikbaar worden gesteld op plekken en aan groepen voor wie de gang naar podia niet gebruikelijk of zelfs financieel onhaalbaar is. Er zijn goede voorbeelden van pakketten kaarten die via voedselbanken worden verdeeld. Dit vergroot dan wel niet zozeer de inkomsten, maar zorgt wel voor een volle zaal, levert publieksbereik (in nieuwe groepen) op en maakt mensen gelukkiger.
- D) Inzet van media.** De media kunnen een goede rol spelen in het aantrekken van publiek voor cultuur. De NPO heeft zich tijdens corona sterk gemaakt voor het tonen van cultuur, en kan dat nu ook weer in combinaties van uitzendingen met live publiek stimuleren. Radio4 biedt ook ruimte voor talenten op podia en maakt daar uitzendingen van, waarmee meer publiek met jonge makers in aanraking komt.
- E) Publiek van de toekomst.** Er wordt hoop gevestigd op toekomstig publiek dat nu al wordt klaargestoomd voor cultuurparticipatie. Intensivering van cultuureducatie is daarom een investering in het publiek voor de langere termijn. Maar het kan ook op korte termijn al leiden tot hogere consumptie. Via extra steun aan bestaande programma's als Cultuureducatie met Kwaliteit, waar de provincie Noord-Holland aan meedoet, kunnen meer voorstellingen voor scholen worden georganiseerd, in de scholen zelf of overdag in theaters en concertzalen. Daarbij is in praktijk vaak extra steun nodig in de vorm van vervoer met bijvoorbeeld bussen.

#### 3.2 Presentatie: oplossingen gericht op speelplekken

We maken in deze paragraaf onderscheid in oplossingen op bestaande podia en op nieuwe speelplekken. Eerst tonen we enkele oplossingen die in en met de bestaande podia kunnen worden gerealiseerd.

- F) Vraag stimuleren.** Podia kunnen de vraagkant extra stimuleren. Zij kunnen bijvoorbeeld in te zetten op de marketing van bepaalde voorstellingen of concerten. Of bijvoorbeeld inzetten op aantrekkelijke combinaties van een voorstelling met ook diner erbij. Er zijn aarzelingen om hiervoor kortingsacties in te zetten, enerzijds omdat cultuur waarde genoeg van zichzelf heeft, anderzijds omdat dit *fair pay* kan ondermijnen. De podia kunnen zich in het belang van jonge makers ook extra richten op het zoeken naar nieuw publiek.
- G) Ruimte in programmering voor jonge makers.** Podia kunnen meer ruimte in hun programmeringen maken voor jonge makers, bijvoorbeeld door hen neer te zetten op minder populaire avonden of door lunch- of

ontbijtvoorstellingen of optredens. Een geormerkte financiering (inzetten voor jonge makers) hiervoor zou kunnen helpen. Jonge makers konden ons precies aanwijzen welke theaters lastig tot niet bereikbaar en daarmee bespeelbaar zijn voor jonge makers, maar ook de enkele theaters waar zij zich zeer welkom voelen.

- H) Organiserend vermogen versterken.** Bij sommige presentatieplekken, zeker de kleinere, staat het gebrek aan organiserend vermogen in de weg om meer jonge makers te programmeren. Het organiseren, financieren en promoten van een voorstelling of concert kost nu eenmaal tijd en mankracht. Als presentatieplekken hierbij geholpen kunnen worden kan dit drempels om risicovollere projecten met jonge makers (zeker in de alternatievere hoek) aan te gaan wegnemen. Een idee dat langskwam in de gesprekken is om een 'Starterskit' te ontwikkelen, met daarin informatie en handvatten over het vinden van geld en publiek.
- I) Onder de naam of de vlag presenteren.** Jonge makers zijn / hebben nog geen bekende namen. Daar komt het publiek niet makkelijk op af. Wat kan helpen, is als er initiatieven voor jonge makers zijn die mee kunnen liften op bekende namen, voor bijvoorbeeld een serie avonden of een evenement. Dan kunnen jonge makers dus onder de vlag opereren van een bekend podium of een gearriveerde maker.
- J) Voorwaarden aan regelingen.** Onder de voorwaarde van inzet van jonge makers bij de uitvoeringen, kunnen bijvoorbeeld garantie- en suppletiereregelingen worden opgetuigd of omgebouwd om het presenteren van nieuw werk voor de podia mogelijk te maken. De inbreng van jonge makers kan ook een extra criterium zijn voor bestaande of nieuwe regelingen bij het FPK. In het volgende hoofdstuk geven we verschillende regelingen weer die de kansen voor jonge makers vergroten.
- K) Repetitieplekken bieden aan jonge makers.** Veel presentatieplekken staan een deel van de tijd leeg en veel jonge makers hebben behoefte aan repetitieplekken. Wanneer meerdere (jonge) makers ergens repeteren kunnen zij hier ook hun netwerk mee uitbreiden en inspiratie van het werk van anderen opdoen. Een culturele broedplaats gericht op podiumkunsten kan hierin ook een goede oplossing zijn.

Er zijn ook oplossingen die gericht zijn op het bieden van speelplekken buiten podia, dus op andere locaties of in de vorm van festivals die zich buiten de podia afspelen.

- L) Uitwijken naar andere presentatieplekken** als kerken en cafés, maar ook monumenten of buitenplaatsen. Deze kunnen een oplossing bieden voor de volle programmeringen bij reguliere presentatieplekken. Zij vragen soms wel om extra improvisatie aan de kant van de makers en/of om extra investering in geluid, licht en techniek, omdat deze niet standaard aanwezig zijn. Sommige presentatieplekken kunnen dit faciliteren, omdat zij vaker voorstellingen en concerten 'op locatie' faciliteren. Belangrijk is uiteraard wel om publiek te trekken. Daarvoor kan het helpen om de naam van een bestaande presentatieplek (bijvoorbeeld een theater of concertzaal) eraan te verbinden en om in te zetten op goede promotie, publiek weet alternatieve plekken immers minder snel te vinden dan de programmering van bijvoorbeeld de stadsschouwburg. Ook kan nagedacht worden over flexibele presentatieplekken, zoals een vrachtwagen met een podium, die op een marktplein neergezet kan worden. Specifiek voor musici zou het ook helpen als instrumenten, in het bijzonder concertvleugels, makkelijker te organiseren zouden zijn. Dit blijkt in praktijk bijzonder kostbaar en maakt de drempel om op een andere plek dan een bestaande concertzaal op te treden veel hoger.
- M) Meer jonge makers op bestaande festivals,** zoals de Karavaan, Parade, Over het IJ en Boulevard. Makers kunnen hier ervaring opdoen, hun werk aan publiek tonen en hun netwerk in het professionele werkveld opbouwen. Daarnaast kunnen festivals vaak kennis over het werkveld aan jonge makers overbrengen, bijvoorbeeld over welke fondsen en subsidies er allemaal zijn en hoe je een goede aanvraag schrijft. Ook hebben festivals al evenementwaarde op zichzelf, waardoor het publiek avontuurlijkere keuzes maakt in welke voorstellingen of concerten te bezoeken, publiek is vaak het type 'culturele allesvreter'.
- N) Vervanging van het ITS Festival.** Voor net afgestudeerden is een centrale, gecombineerde presentatieplek van groot belang als springplank voor hun carrière. Het ITS-festival werd goed bezocht door programmeurs, producenten en gezelschappen, die er nieuw talent konden scouten. Met het wegvallen van het ITS Festival lopen jonge makers deze kans mis. Daarnaast was het ITS Festival altijd een broedplaats voor artistieke

vernieuwing, omdat jonge makers er onvoorwaardelijk hun werk konden laten zien, ook als het experimenteel of alternatief was. Het ITS Festival programmeerde alles, waardoor alle jonge makers een podium kregen en anderen weer inspiratie van hen konden opdoen. Wellicht is vervanging denkbaar.

- O) Maatschappelijke opgaven als aanleiding.** Een verderstrekkende alternatieve route is om niet zozeer te denken aan voorstellingen als primair doel, maar juist een bijdrage leveren aan maatschappelijke opgaven. Dat brengt andere onderwerpen, publieksgroepen en financiering in beeld, maar levert ook bijzondere complexiteit op. De Karavaan ontwikkelt bijvoorbeeld fietsroutes langs plekken waar vervolgens op theaterlijke wijze aandacht wordt besteed aan maatschappelijke thematiek. Hier worden jonge makers voor ingezet. Het Leidse stadsgezelschap PS|theater speelt de voorstelling *Onze Grond* letterlijk in weilanden die worden bedreigd vol te worden gebouwd met distributiecentra.

### 3.3 Productie: oplossingen voor produceren

- P) Totale productieteams vergroten en/of groter producties maken.** Door de capaciteit in productiehuisen te vergroten, bijvoorbeeld door grotere producties op te tuigen, ontstaat er meer plek voor makers. Deze plekken kunnen specifiek met jonge makers (acteurs, dramaturgen, tekstschrijvers, decorbouwers, technici etc.) gevuld worden om hen kansen te bieden. Daar past overigens wel de kanttekening bij dat jonge makers ook begeleiding nodig hebben, dus daar moet dan ook voldoende capaciteit voor zijn in het team.
- Q) Jongemakersregelingen en coachingtrajecten.** Ontwikkelplekken zijn van groot belang voor jonge makers. Zij vormen een brug van de kunstvakopleiding naar het werkveld. Afgestudeerde makers kunnen er in relatieve lichte werken aan hun artistieke handschrift, kleinschalig beginnen, leren van hun fouten, feedback krijgen en hun ideeën steeds groter uitwerken.
- R) Festivals als werkplaats.** Het festival Into The Great Wide Open (ITGWO) doet een pilot met het basisinkomen, die na overleg met het FPK betaald wordt uit de coronasteungelden en donaties van kaartkopers. Zeven artiesten krijgen zes maanden lang een basisinkomen van € 5.400. Er is geen formele tegenprestatie, maar zij informeren ITGWO wel over hun voortgang. Idee is dat de makers financiële rust krijgen. ITGWO verwacht dat het de creativiteit bevordert maar zoals gezegd: *no strings attached*.
- S) Organiserend vermogen.** Jonge makers geven aan dat zij maar beperkt gebruik kunnen maken van bestaande producenten en voorzieningen, waardoor zij veel zelf moeten doen. In praktijk zijn ze vaak 80% van de tijd bezig met organiseren en maar 20% met maken en spelen. Het zou jonge makers helpen als er meer organiserend vermogen beschikbaar komt, wellicht via productiehuisen of vrije producenten. Voor die spelers zit er weinig verdienpotentieel in, ook omdat jonge makers deze inzet al helemaal niet kunnen vergoeden, dus hier is wel een financiële impuls bij nodig, met publieke of private middelen.
- T) Risico's verdelen.** Theaters zijn soms genooddacht risico's op producenten af te wentelen. Producenten maken soms financiële afwegingen, ook op basis van in de voorverkoop verkochte kaarten, of een voorstelling doorgaat of wordt geannuleerd. Het blijkt dat producties op dit moment ook nog onzeker zijn omdat er vrij veel uitval is in productieteams als gevolg van besmettingen of verplichte quarantaines. Het is lang niet altijd mogelijk om vervangers te vinden en dan moet de voorstelling of het concert alsnog worden geannuleerd. De organisatorische en financiële risico's kunnen worden gedragen door een garantieregeling. Dat kan ertoe leiden dat spelers in de gehele keten meer risico's aandurven en aankunnen.
- U) Nieuw werk voor bestaand werk laten gaan.** (Vrije) producenten hebben investeringen gedaan in producties, en zij moeten hun voorstellingen wel gaan vertonen als zij de kosten moeten terugverdienen. Maar hierdoor wordt wel ruimte ingenomen in de programmeringen die ook aan nieuwe makers en producties ten goede kunnen komen. Er wordt door gesprekspartners gesuggereerd, en in de Commissie Scholten is er ook over gesproken, om een groot deel van het toch niet uitgevoerde werk te laten vervallen en weer nieuw werk te gaan ontwikkelen en produceren. Dit leidt wel tot kapitaalvernietiging die moet worden gecompenseerd.

### 3.4 Creatie: oplossingen bij de makers zelf

- V) Meer tijd in voorbereiding steken.** Door het maakproces uit te breiden kan een kwaliteitsslag gemaakt worden op het werk van jonge makers. Een kanttekening hierbij is wel dat zij dan ook gedurende langere tijd begeleiding nodig hebben en zich financieel moeten redden.
- W) Alternatieve kanalen zoeken, zoals de media.** Jonge makers kunnen hun werk ook tonen op andere manieren dan de reguliere presentatieplekken (denk bijvoorbeeld aan YouTube). Hiermee worden andere wegen bewandeld dan gebruikelijk zijn om werk te tonen, je naam te verspreiden of je werk te promoten.
- X) Presentatiedagen/festivals van opleidingen inhalen.** Op de presentatiedagen/festivals van kunstvakopleidingen tonen studenten hun afstudeerwerk, wat hun eerste visitekaartje in het werkveld vormt. Naast familie en vrienden zijn bij deze dagen ook veel professionals uit het werkveld aanwezig, als programmeurs, producenten en gezelschappen die nieuw talent komen scouten. Tijdens de coronacrisis zijn de presentaties voor twee lichtingen studenten niet (of alleen digitaal) doorgegaan, waardoor deze lichtingen kansen hebben misgelopen. Een oplossing zou kunnen zijn om deze presentatiedagen/festivals alsnog (fysiek) te organiseren voor alle alumni die daar behoefte aan hebben.
- Y) Extra opleiding volgen.** Als het, alle inspanningen ten spijt, toch niet lukt om aan het werk te gaan als jonge maker, valt te overwegen om in jezelf te investeren via aanvullende of vervolgopleidingen. Dat kan in de eerste plaats binnen het werkveld zelf. Het werktuig PPO biedt hier ondersteuning bij. Na een afgeronde hbo in een kunstvak is ook instroming in een universitaire opleiding denkbaar.
- Z) Fondsenwerving vereenvoudigen.** Jonge makers geven aan dat het hen zou helpen om de procedures rondom het aanvragen van subsidie te versimpelen. Fondsenwerving en het schrijven van aanvragen is een ingewikkeld en tijdrovend proces, wat ten koste gaat van tijd die zij kunnen steken in hun artistieke ontwikkeling en het vinden van publiek. Een concrete aanpassing kan zijn om de eis van het reeds een speellijst hebben los te laten. Deze eis vormt vaak een cirkelbelemmering, omdat podia soms pas willen toezeggen wanneer de financiering rond is. Gesprekspartners noemen de regeling Balkonscènes van het FPK als een goed, praktisch en aantrekkelijk voorbeeld.
- AA) Dekken van materiële kosten die makers hebben.** Dit kan zowel materialen van producties zelf betreffen, als de vaste materiële lasten die makers hebben voor hun beroepspraktijk. Het is geen inkomenssteun maar het helpt wel om te kunnen werken en producties te realiseren.
- BB) In beeld brengen van het maakproces zelf.** Tot slot kunnen makers het magische maakproces zelf laten zien, bijvoorbeeld in de vorm van een documentaire, openbare repetities, lezingen van theaterteksten of tussentijdse presentatie van *work in progress*. Zie bijvoorbeeld het concept van 'Monsteren' in Theater Kikker (Utrecht). Hiermee komen jonge makers toch in beeld voor een select publiek.
- CC) Vaardigheden in fondsenwerving uitbreiden.** Het binnenhalen van eigen financiering is belangrijk in de sector en wordt, volgens onze gesprekspartners, ook steeds vaker van jonge makers verwacht. Om op bepaalde festivals te mogen spelen wordt dan bijvoorbeeld als eis gesteld om zelf de fondsenwerving te doen. Hiervoor zijn specifieke kennis en vaardigheden nodig. Zo moet je weten hoe je een goed voorstel schrijft aansluitend bij de betreffende subsidie en moet je weten welke potten geld er zijn en hoe die wel of niet passen bij jouw werk. Voor een deel leren jonge makers hier tijdens hun opleiding al over, maar gesprekspartners geven aan dat je dit voornamelijk 'in de praktijk' leert. Jonge makers kunnen hier zelf in investeren door bijvoorbeeld lezingen en bijeenkomsten over dit onderwerp te bezoeken of informatie in te winnen bij bestaande loketten op dit onderwerp zoals Schakel025 of Makersloket van het Over het IJ Festival. Opleidingen zouden hier ook een rol in kunnen spelen, door bijvoorbeeld (zoals de Amsterdamse School voor de Hoge Kunsten onlangs heeft gedaan) hun startersavonden, ondernemerscafés of nascholingen ook voor alumni open te stellen. Tot slot kennen sommige aanvragen de eis dat je een rechtspersoon bent. Om dit te ondervangen kunnen jonge makers (eventueel in een collectief) een stichting opzetten.

## 4. Aanbevelingen aan de provincie

In dit hoofdstuk schetsen we de mogelijkheden voor de provincie Noord-Holland die wij zien om bij te dragen aan het verlagen van de problematiek en zorgen voor jonge makers in de podiumkunsten.

### 4.1 Kaders

Het verlenen van steun door de provincie Noord-Holland moet passen binnen bepaalde kaders. We noteren hier enkele van deze kaders:

- De provincie Noord-Holland heeft geen (directe) subsidierelaties met culturele instellingen. Het nieuwe cultuurbeleidsplan voorziet hier ook niet in. De mogelijkheden voor het verstrekken van subsidies zijn beperkt. Daarom denkt de provincie aan een tijdelijke impuls.
- De provincie Noord-Holland heeft een voorkeur voor het verstrekken van substantiële bedragen aan enkele partijen die kunnen zorgen dat de middelen bij jonge makers terecht komen, in plaats van het optuigen van een brede regeling. Subsidies lager dan 5.000 euro kan de provincie ook niet uitkeren. Bovendien verstrekt de provincie geen middelen aan individuen, alleen aan rechtspersonen, dus directe ondersteuning van makers kan niet.
- Het budget is beperkt en leent zich niet voor opdelen in veel parten. In dat licht is matching met de 45 Noord-Holland gemeenten in dit geval niet realistisch.

### 4.2 Voorbeelden van andere regelingen

Ter inspiratie geven we hier een aantal voorbeelden van subsidies, maatregelen en regelingen die landelijk, provinciaal en lokaal zijn opgetuigd voor het verdelen van middelen die ten goede komen van jonge makers. Deze lijst is verre van uitputtend. We verwijzen naar websites van gemeenten, provincies en naar de VNG Gids corona, cultuur en gemeenten - deel 2, waarin verder op de mogelijke stimuleringsmaatregelen wordt ingegaan. In de bijlage zijn diverse bronnen met links opgenomen.

- **Fonds Podiumkunsten**
  - Garantie- en suppletiereregelingen
  - Balkonscènes
  - Nieuwemakersregeling
- **Noord-Hollandse gemeenten**
  - Makersimpuls gemeente Alkmaar
  - Cultuurstimuleringsfonds – gemeente Haarlem
  - Stimulering eenmalige creatieve initiatieven – gemeente Hoorn
- **Provincie Utrecht / gemeente Utrecht**
  - Programmeringsregeling
  - Steun aan professionele talentvolle makers
  - Cultuur Innovatiefonds, met private fondsen
- **Overige voorbeelden**
  - Projectsubsidies en Cultuurleningen van het Amsterdams Fonds voor de Kunst (AFK). Dit geld moet ten goede komen aan onafhankelijk werkende makers en kleinere (waaronder buurtgerichte) initiatieven.
  - Kickstart Cultuurfonds – diverse private fondsen
  - Jongehartenfestival in Groningen
  - De Lichting en de Makersdagen van Het Huis Utrecht i.s.m. onder meer de HKU



### 4.3 Mogelijke provinciale stimuleringsmaatregelen

Uitgaande van bovenstaande kaders en kijkend naar de problematiek die er speelt, is onze voorlopige bevinding dat de provincie het meest kan bijdragen door het presenteren van werk van jonge makers te stimuleren, dus door interventies voor de laag presentatie in de keten. Het past minder goed bij de tweedelijns ondersteuningsrol die de provincie meestal invult om zich op consumptie, dus op het publiek te richten. Ook kan de provincie niet direct in het inkomen van individuele makers voorzien. Wel kan de provincie overwegen om zich te richten op ondersteuning van de laag productie in de keten. Omdat met theaterproducties relatief grote bedragen zijn gemoeid, al snel richting tonnen, zou het bereik van stimuleringsmaatregelen wel behoorlijk smal worden.

Onze voorlopige aanbevelingen voor het stimuleren van jonge makers, richten zich dus vooral op presentatie. Wij denken onder meer aan de volgende maatregelen, die voortkomen uit ons onderzoek en de gesprekken.

- A) Evenementen voor jonge makers.** Het verdwijnen van het ITS Festival of een alternatief wordt vanuit het perspectief van jonge makers en verschillende gesprekspartners uit het werkveld betreurd. De provincie kan daarom de totstandkoming ondersteunen van centrale momenten en plekken waar net afgestudeerde jonge makers vlieguren kunnen maken en hun werk kunnen tonen, zowel aan publiek als aan professionals in de sector. De provincie kan een bestaande festivalorganisatie (bijvoorbeeld de Karavaan) vragen c.q. een opdracht geven om evenementen of zelfs een festival te organiseren dat zich specifiek richt op speelruimte voor Noord-Hollandse jonge makers en deze opdracht kunnen financieren. Ook de kosten die op en door diverse speelplekken zoals vlakkevloertheaters of juist buiten bestaande podia moeten worden gemaakt en de risico's die deze speelplekken lopen vanwege onzekerheid over het publieksbereik kunnen in deze financiering worden meegenomen.
- B) Toer van jonge makers.** Toeren blijkt een goede manier om speelluren te maken en in beeld te komen van meer publiek, maar is kostbaar. Er is behoefte aan financiële ondersteuning van een toer van net afgestudeerde jonge makers langs Noord-Hollandse theaters. In de provincie Utrecht vindt als voorbeeld De Lichting plaats. Eén Noord-Hollandse organisator, bijvoorbeeld een productiehuis, een theater of een festival kan, met financiële ondersteuning van de provincie, de organisatie van deze toer op zich nemen. De provincie kan ook het commerciële risico van deze toer dekken, zodat zalen dit in hun programmering durven op te nemen. Er is dan wellicht minder publiek dan gehoopt, maar jonge makers kunnen dan wel spelen. Goede marketing en een specifieke publiekscampagne mogen niet ontbreken, daar moet voldoende in worden geïnvesteerd. Ook bij dit laatste kan de Metropoolregio Amsterdam een rol spelen, en de Karavaan voor de regio Noord-Holland-Noord. Als naam voor de toer is al geopperd: *Revival of the Roaring Twenties* – dit slaat zowel op de opleving van de jaren twintig van deze eeuw als op de twintigers die zich roeren door te toeren.
- C) Verleiden tot programmering van jonge makers.** De provincie kan presentatieplekken financieel stimuleren om meer jonge makers te programmeren. Een belangrijke drempel voor presentatieplekken is het financiële risico dat zij lopen door onbekende namen te presenteren. De provincie kan een programmeringsbudget inclusief productie- en organisatiekosten en risicodekking, om presentatieplekken te verleiden werk van jonge makers te programmeren. Daarnaast vormen de huidige programmeringen een drempel omdat ze relatief vol zitten. Hiervoor kunnen creatieve oplossingen gestimuleerd worden, zoals ontbijttheater, lunchconcerten of spelen op andere locaties. Het verdient aanbeveling om de initiatieven en in aanmerking komende producties van jonge makers te bundelen onder één noemer die de organisatie en productie verzorgt. Dit kan bij een bestaande culturele instelling of platform worden ondergebracht maar er kan ook een nieuwe stichting voor worden opgericht.
- D) Investeren in cultuureducatief aanbod.** Een andere richting om invulling te geven aan de behoefte aan vlieguren en publiek voor jonge makers, is het organiseren van cultuureducatieve activiteiten, in het bijzonder voorstellingen en concerten in schoolverband. Dit kan worden georganiseerd voor primair of voortgezet onderwijs, maar ook voor het mbo, waar cultuureducatie nu beperkt tot zijn recht komt. De provincie kan zoeken naar een geschikte partner om hier een passend programma en/of een regeling voor te ontwikkelen die het producenten en onderwijsinstellingen makkelijk maakt.

## Bijlage: gesprekspartners en bronnen

### Overzicht van gesprekspartners

<b>Provincie Noord-Holland</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Els Joosten</li> <li>• Ellen Koning</li> </ul>
<b>Noord-Holland-kenners</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ilse van Dijk, Karavaan</li> <li>• Jola Klarenbeek, Frascati</li> <li>• Marelle van Rongen, De Toneelschuur</li> <li>• Nasim Miradi, Rose Stories</li> <li>• Annet Lekkerkerker en Judith Prins, Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten</li> </ul>
<b>Jonge makers - musici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Henk Stoeten</li> <li>• Kent Moussault</li> <li>• Emile ter Schegget</li> <li>• Arthur Rusanovsky</li> <li>• Charlotte Houberg</li> <li>• Melissa van Voorst</li> <li>• Caroline Cartens (vertegenwoordiger Platform Freelance Musici)</li> </ul>
<b>Jonge makers - divers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Joeri Heegstra</li> <li>• Bram Walter</li> <li>• Doris Vervuurt</li> <li>• Justin van der Veen</li> <li>• Susanne Visser (vertegenwoordiger Platform Aanvang!)</li> </ul>

### Geraadpleegde bronnen (met links)

- [VNG Gids corona, cultuur en gemeenten](#), in samenwerking met Berenschot, februari 2021.
- [VNG Gids corona, cultuur en gemeenten deel 2](#), in samenwerking met Berenschot, januari 2022.
- [Taskforce Culturele en Creatieve Sector](#), diverse brieven, via website van Kunsten'92.
- [Nieuw perspectief, vijf aanbevelingen voor een weerbare theatersector](#), rapport van de Podiumkunsten Alliantie, januari 2022.
- [Fonds Podiumkunsten](#), diverse steunregelingen voor makers.
- [Kickstart Cultuurfonds](#), initiatief van private cultuurfondsen met diverse steunregelingen.
- [Cultuurstimuleringsfonds](#), regeling van de gemeente Haarlem
- [Makersimpuls](#), regeling van de gemeente Alkmaar
- [Steunmaatregelen 2022](#) voor onder meer makers van de provincie Utrecht
- [Theaterkrant](#), artikel over positie van dansgezelschappen, februari 2022.
- [Onderweg naar Overmorgen](#), rapport van de Raad voor Cultuur over de problematiek in de kunsten, mei 2020.