

# CULTUUR

Nederland houdt van cultuur. De Nederlander consumeert en participeert in cultuur: hij blogt, maakt muziek, kijkt naar films en televisie, danst, luistert naar muziek en bezoekt concerten, bioscopen en theaters. Niet altijd legaal, want gratis vindt de Nederlander prettiger. Over de smaak van de Nederlander mag men daarnaast twisten, maar dat hij smaak heeft, goed of slecht, lijkt niet te ontkennen. De Nederlander houdt van cultuur, maar van kunstenaars lijkt hij minder te houden. Door Erwin Angad-Gaur

Ik haalde hier al eens de anekdote aan van een bevriende acteur: na afloop van een voorstelling kwam ooit aarzelend een vrouw naar hem toe, die hem uitgebreid haar grote waardering voor de opvoering openbaarde. Na haar ontroering, interpretaties en waardering te hebben geuit, vroeg ze hem tot slot: "Maar wat ik mij afvroeg: wat doet u nou eigenlijk overdag?" Cultuur is mooi, maar in het land van 'normaal is gek genoeg' moet het uiteraard wel een hobby blijven.

Een vergelijkbaar verhaal vertelde een voormalig Ntb-bestuurslid mij ooit: een Griekse zakenman, al jaren woonachtig in Nederland, vierde zijn tienjarig huwelijk in Amsterdam. Zij moesten er spelen. De gitarist van de band was goed bevriend met de jubilaris, die een groot muzikliefhebber was. Dat zij op zijn jubileum wilden spelen, beschouwde hij als een grote eer. Voor het optreden drong de gastheer er bij de muzikanten op aan dat zij in de keuken

van de aldaar wachtende spijzen zouden genieten, alvorens hij het zelf zou doen. In de keuken werden zij echter door het personeel tegengehouden met de woorden: "Nee, nee. Dat is voor de mensen." Voor hen kon iets anders gemaakt worden. De kunstenaar als vreemde diersoort, de krekkel onder de mieren; hij is een bedreigde diersoort langzamerhand.

## MACRAMÉ

Ik moest aan deze – en talloze vergelijkbare – verhalen en ervaringen denken na de presentatie van het onderzoek 'Pop, wat levert het op?' op Noorderslag, begin dit jaar. Tijdens een van de vele paneldiscussies binnen het seminarprogramma, deed een van de aanwezige cultuurpauzes het pleidooi om meer aandacht voor het inkomen van musici te organiseren, af met de woorden: "Ja, hoor eens, we subsidiëren ook niet alle mensen die in Nederland macrameën." De spreker was geen PVV-woordvoerder, maar Jeroen van Erp, oprichter en directeur van ontwerp bureau Fabrique, praktijkhoogleraar aan de TU Delft, en sinds kort bestuurslid van Kunsten '92, de gezamenlijke lobbyorganisatie voor kunst en cultuur in Nederland (waarvan ook ondergetekende de, wellicht in dit verband aanvechtbare, eer heeft, temidden van voornamelijk vertegenwoordigers van instellingen, werkgevers en opdrachtgevers, tot het bestuur te behoren). Een cultuurverandering in het denken over de maker van al die fraaie kunst en cultuur, zal nog enige voeten in de aarde hebben.



## CIJFERS

De voor velen niettemin onthutsende cijfers van 'Pop, wat levert het op?' zal ik hier niet herhalen (ik verwijs eenvoudig naar pagina's 8 t/m 10 van dit magazine voor een uittreksel uit het rapport), maar andere cijfers die in januari gepresenteerd werden, zijn misschien wel nuttig om te noemen. De NVPI (de brancheorganisatie van platenmaatschappijen) presenteerde de jaarcijfers van de branche: "De omzet van de Nederlandse muziekindustrie is in 2015 flink gestegen." juicht de brancheorganisatie in zijn persbericht. "NVPI schat de stijging in op meer dan 10%. (...) De omzet uit fysieke producten [is] het afgelopen jaar voor het eerst sinds jaren niet (...) gedaald. In de digitale markt ziet NVPI de omzet uit downloads aanzienlijk verder dalen, met ruim 20%. De omzet uit streamingdiensten stijgt met tenminste 33%. Daarmee passeert de digitale markt de fysieke: fysiek is 48%, digitaal 52%." Ook de Nederlandse podia waren positief.



"Poppodia en -festivals vertrouwen in popklimaat," aldus de VNPf (Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals), "ondanks teruglopende subsidies". Het VNPF-bericht lijkt een misplaatste poging een positieve draai aan een negatief verhaal te geven, voor wie het bericht, terug te lezen op de VNPF-website, verder leest. "Uit onlangs verschenen onderzoek (...) bleek al dat de meeste poppodia sinds 2007 te maken hebben met teruglopende inkomsten uit zowel kaartverkoop, horeca als subsidies. Hierdoor is er veel bezuinigd op personeel, maar ook op programma.

Met toenemende consumentenuitgaven, verwachten de poppodia komend jaar weer meer in programma te kunnen investeren. Toch blijven de middelen te beperkt om voldoende te investeren in de artistiek-inhoudelijke kwaliteit van het programma, betaald personeel en loopbaanontwikkeling. Verder teruglopende subsidies van overheden, zet daarmee zowel de talentontwikkeling als de professionalisering van de sector verder onder druk." De positieve grondtoon van het bericht – ik kan het niet laten het op te merken: ongetwijfeld geschreven door een medewerker die wel onder de onlangs afgesloten hernieuwde cao voor podiumpersoneel valt – komt zo wat surreëel op de eenvoudige lezer over. Toch spreken beide brancheorganisaties over een nadrukkelijke stijging van de consumentenuitgaven. Voor professionals is in de branche onverminderd geld te verdienen, is de duidelijke boodschap. Zolang men onder de term 'professionals' niet de makers (auteurs en uitvoerenden) verstaat. Dat kortom, moet veranderen.

## BALANS

Het is tijd voor meer balans: Nederland investeert al jaren in opleidingen, podia en faciliteiten, maar het product zelf lijkt men te zijn vergeten. Het is tijd voor minder stenen; minder monumenten voor de wethouder en meer aandacht voor programmering en programmeringsbudget. Meer aandacht ook voor de auteur in het auteursrecht en voor de artiest in het naburig recht.

**'DE KUNSTENAAR ALS VREEMDE DIERSOORT, DE KREKEL ONDER DE MIEREN; HIJ IS EEN BEDREIGDE DIERSOORT LANGZAMERHAND'**

Ook uit 'Pop, wat levert het op?' blijkt dat musici onvoldoende meedelen in de stijgende digitale exploitatie van hun werk. De stijging van omzet uit de digitale markt, de champagne bij de NVPI, gaat zo ten nadele van de maker. Aandacht voor componisten, tekstdschrijvers, regisseurs en acteurs in het mediabeleid, in plaats van prioriteit bij behoud en bescherming van ons beschimmelde en verzuild omroepstelsel. Besef kortom dat kunst en cultuur uiteindelijk niet alleen een mooi product zijn om te consumeren en geld mee te verdienen, maar dat het ook gemaakt moet worden, door kleine zelfstandigen, waarvoor men niet alleen de opleiding mogelijk moet maken en een plek om te spelen, maar die men ook – als zwakke partij op een grote markt – echte bescherming moet bieden.

# VERANDERING