

Trends en Ontwikkelingen in en rond Kunst en Vormgeving

Bijlage bij Sectoranalyse en Advies Beeldende Kunst en Vormgeving Gelderland en Arnhem

Kunst is altijd een product van de tijd en cultuur waarin zij tot stand komt. We schetsen in dat licht een aantal grote, 'hoog-over' trends die grote invloed hebben op en/of verbondenheid hebben met de kunst en vormgeving.

© Blueyard Coöperatief UA, 2018
Keizersgracht 100 - 104
1015 CV Amsterdam
info@blueyard.nl
www.blueyard.nl

1. Technologische revolutie

Volgens velen bevinden we ons aan het begin van een enorme transformatie; een revolutie. Technologie en digitalisering zullen de komende jaren ons leven drastisch veranderen, en daarmee tot grote veranderingen (= wijvingen) in de samenleving leiden. De impact van de (hight)tech en digitalisering zien we terug op elk denkbaar terrein.

We geven een aantal relevante te verwachten ontwikkeling weer:

- De rol van het internet zal zich sterk uitbreiden: mensen zijn permanent met alles en iedereen verbonden. Het sociale gebruik van internet past zich aan, aan de ongemakken van privacy.
- Het onderwijs zal drastisch veranderen. Mensen zullen hun hele leven moeten blijven leren. Wie niet bijleert, valt af; wordt irrelevant. Andere kennis en vaardigheden worden vereist.
- We gaan minder werken en krijgen meer vrije tijd. Vrije tijd wordt de norm. In Scandinavië speelt op dit moment in het parlement de discussie over een 15-urige werkweek.
- Nog betere gezondheidszorg leidt ertoe dat meer mensen oud worden. Er komen nog meer mensen met nog meer tijd.
- Daar waar technologie oprukt – en dan met name *Artificial Intelligence (AI)* – ontstaat als vanzelf een nieuwe vraag naar ethiek en moraal. Zeker in een geseclariseerde omgeving zijn meer

filosofen zijn nodig. Maar ook alerte duiders en critici. Kunstenaars zijn dat bij uitstek.

- Voor het eerst betreedt *Artificial Intelligence* via processen van *Deep Learning* het domein van de *creativiteit*. Tot voor kort dachten we dat dit domein aan de mens was voorbehouden. Nu zien we dat ook de technologie zelfs *oorspronkelijke* (originele) kunst kan produceren.

2. Globalisering en de eigen cultuur

Door de technologische (digitale) revolutie, zijn mensen wereldwijd meer dan ooit tevoren met elkaar *verbonden*. Tegelijkertijd verlaten meer mensen dan ooit – gedwongen of min of meer vrijwillig – hun geboortegrond. Nog nooit waren er zoveel vluchtelingen (UNHCR, 2017). We zien dus twee bewegingen: er is voor iedereen een intensieve verbinding met de wereld, tegelijkertijd klopt die wereld steeds harder op onze deur.

Mede onder druk van deze twee bewegingen nemen populisme en nationalisme de laatste jaren een grote vlucht. De roep om de *eigen* cultuur wordt groter en tegelijkertijd ook de noodzaak om de cultuur van de minderheid ook een stem en ruimte te geven. *Identiteit* is een groot issue vandaag de dag: wie zijn wij? Wie is de ander?

De kunsten – en de creatieve sector (inclusief media) – spelen hierin een buitengewoon belangrijke en bepalende rol.

3. De burger doet het zelf wel

De burger individualiseerde de afgelopen decennia enorm en stelde zich steeds onafhankelijker van de overheid op. Maar ook veeleisender: de burger werd *klant* van de overheid. En klant is koning. Dus groeide de overheid in dienst van haar veeleisende klanten. De bureaucratie nam hierdoor flink toe.

De laatste jaren zegt (ook de Nederlandse) overheid dat de burger niet zo naar de overheid moet kijken bij het oplossen van problemen. Men wil nieuw burgerschap: de participatiesamenleving. (Filosofisch beschouwd is dat overigens best vreemd: burgers hebben ooit de staat in het leven geroepen, juist omdat we het zelf niet kunnen. En nu zegt de overheid dat het haar ook niet lukt, en mensen het zelf moeten doen.)

En dat zelf doen is wat ook heel letterlijk vorm krijgt. Geholpen door de technologische mogelijkheden, gaan steeds meer (vooral jongere) burgers het inderdaad zelf doen (zie ook volgende paragraaf over Generatie Z). Als de overheid niet vaart maakt met klimaatmaatregelen, dan nemen we ze zelf wel. Als de overheid de criminaliteit niet aanpak, dan gaan we zelf met *WhatsApp Buurtpreventie* aan de slag.

Die eigengereidheid van de burger is opmerkelijk genoeg al sinds lang terug te zien in het gedrag met betrekking tot (beeldende) kunst. Biedt een staat of stad ons niet wat we willen, dan organiseren we het zelf wel. Zo is het Koninklijk Concertgebouw ontstaan, zo zijn grote musea ontstaan, zo zijn festivals ontstaan. De burger is niet alleen de

consument van kunst, maar ook de *initiatiefnemer*. Zie in Arnhem bijvoorbeeld de Collectie De Groen en in Gorsel Museum More.

De overheid doet er goed aan om ook nu het initiatief dat uite de samenleving naar boven komt te omarmen en te ondersteunen. Want impliciet of expliciet vraagt de initiatiefnemende burger nog steeds wel om steun vanuit het collectief. Soms door kaartverkoop en sponsoring, maar vaak ook door financiering en/of faciliteiten vanuit een overheid.

4. De generatie Z komt eraan

Zoals in elke tijd, staat er ook nu een nieuwe generatie kunstenaars op. En nu zijn dat de kunstenaars van de *Generatie Z*. Deze *Gen Z* is de meest diverse generatie tot op heden. Ze zijn 'globaal' georiënteerd: ze hebben meer in gemeen met leeftijdsgenoten aan de andere kant van de wereld dan met oudere generaties in hun eigen woonplaats. Het is de eerste generatie die zich geen leven voor het internet kan herinneren. Ze hebben geen posters van popsterren boven hun bed hangen, maar volgen influencers op social media.

Net als de hun voorgaande generatie – de Millennials – is *Gen Z* meer bereid om geld uit te geven aan ervaringen dan aan spullen. *Bezit* wordt minder relevant: waarom zou je een dure auto kopen als je deze ook af en toe kan huren?

Generaties van kunstenaars

Baby Boomers	(1946 – 1960)
Generatie (Ni)X	(1961 – 1980)
Millenials	(1981 – 1994)
Generatie Z	(1995 – 2010)

De Generatie Z is optimistisch, in die zin dat zij geloven in oplossingen. En die oplossingen zoeken zij zelf – online – wel bij elkaar. Deze generatie organiseert zich vooral ook online. Het is een generatie van *wereldverbeteraars*: ze zien hoe hun voorgaande generatie de fout in zijn gegaan en willen het zelf beter doen. Ondernemerschap is daarbij een vanzelfsprekendheid. Meer dan de helft ziet zichzelf een onderneming opzetten.

Lang was het bijna *not done* om veel geld met je kunst te verdienen. Goed verkopende kunst werd in veel gevallen zelfs *a priori* gewantrouwd: dat was geen echte kunst. Maar de nieuwe generatie van kunstenaars ziet dat hele probleem niet meer. Sterker, het goed verkopen van je werk, is ook een teken dat je kennelijk iets goed doet.

Met diezelfde houding is de nieuwe generatie ook veel minder gefocust op de overheid. Men hoopt wel op ondersteuning, maar ziet het niet als een verworven recht. Dit in schril contrast met tot de kunstenaars-generatie van Babyboomers en Generatie X, die de overheid bijna aansprakelijk stellen voor de tekorten op hun persoonlijk budget.

De kunstenaars van de Generatie Z stellen zich tegelijkertijd autonoom en open op. Zij willen van alles en iedereen leren. Ook van oudere generaties. Ze zijn niet bezig om zich bewust af te zetten. En als het *hen* uitkomt, werken ze zelfs graag samen. Maar zelfbewust, en vanuit een zekere autonomie. Ze willen het alleen wel *beter* doen dan hun voorgangers.

5. Cultuurconsumptie: geen touw aan vast te knopen

Het ‘eigengereide gedrag’ van de burger (en dan vooral van de Millennials en de Generatie Z) is goed terug te zien in het patroon van de *cultuurconsumptie*. Kortgezegd: “Er is geen patroon.” We zien een ontwikkeling waarbij consumenten vooral *omnivoren* worden: alleseters. ‘Hoge en lage kunst’ lijken steeds minder onderscheiden te worden. Een middag museum wordt afgewisseld met een middag Vitesse. De keuze gaat tussen de Red Hot Chili Peppers in het Goffert Park, of Jaap van Zweden in Musis Arnhem. Ook in de beeldende kunst zien we dit patroon: ook hier zijn smaken en subculturen steeds minder scherp afgebakend. We staan open voor *alles*. En dat *alles* is zeker niet alleen kunst en cultuur. Onze vrijetijdsinvulling is grillig geworden.

Ook wat betreft de *vorm* waarin kunst ons wordt aangeboden zijn we alleseters geworden. Sterker, we eïssen variatie. Vandaag naar een museum, morgenavond kopen we kunst op een online veiling, volgende week wandelen langs de IJssel Biënnale.

Kortom, het publiek is steeds moeilijker in hokjes te vangen. Een nachtmerrie voor elke marketeer en programmeur. Maar ook een kans: publieksgroepen veranderen voortdurend van samenstelling en daarmee wordt – opmerkelijk genoeg – cultuurconsumptie een moment voor de *ontmoeting van andere subculturen*.

Kunst en Cultuur van nu

6. *Het mag weer ergens over gaan*

De laatste tien jaar is er een verschuiving waar te nemen in de beeldende kunst. Om het ongenueanceerd te zeggen: *het mag weer ergens over gaan*. In de loop van de vorige eeuw was kunst steeds meer met zichzelf bezig. Kunst ging steeds meer over de ontwikkeling van de kunst zelf. Kunst werd in veel gevallen alleen nog maar onbegrijpelijk en verwarrend. En daarmee keerde een groot deel van het publiek zich af van hedendaagse kunst.

De laatste jaren zien we dat de verbinding met de samenleving op verschillende manieren weer wordt opgezocht. De nieuwe generatie kunstenaars is niet bang om begrijpelijke kunst te maken. Ze pakt maatschappelijk thema's op een constructieve manier op (in tegenstelling tot de oudere generaties die vooral gericht waren op verzet en de afbraak van het systeem).

7. *De grenzen worden vager*

Een duidelijke trend is de *ontschotting van de kunsten*. Het geldt voor alle kunst disciplines: het wordt steeds minder duidelijk wat tot de ene discipline behoort en wat tot de andere. Een theaterstuk met veel video

en beeldende kunst erin verwerkt? Een tentoonstelling met muziek? Een schilderij in 3D? Er zijn vele vormen van cross-overs.

Ook het verschil tussen autonome kunst en commerciële (in opdracht) kunst verwatert. Voor de nieuwe generatie is het onderscheid veelal geen issue.

Voor subsidiestructuren van de overheid is de veelvormigheid en grenzeloosheid van kunst wel een lastige opgave. Overheden en overheidsfondsen zoeken wegen om steeds meer discipline-onafhankelijke regelingen te ontwikkelen, of regelingen die zijn toegespitst op de cross-overs.

Het zou helpen als er straks maar één rijks-cultuurfonds was dat alle disciplines onder zich verenigde (in plaats van de nu zes à zeven rijks-cultuurfondsen).

8. *Herwaardering van het ambacht*

Samen met de beweging waarbij beeldende kunst regelmatig de cross-over met vormgeving opzoekt (en vice versa), zien we de laatste jaren een *herwaardering van het ambacht*. De wijze waarop iets is *gemaakt*, wordt weer belangrijker. Het vakmanschap wordt beloond.

Een fondsdirecteur zij ooit: “*Kunst* schrijf je met een ‘K’. De K van *kunnen*. Als het alleen om *willen* zou gaan, dan zou kunst wel *Wunst* heten.”

9. *De beeldende kunst is een subcultuur in zichzelf*

Zeker wanneer zij enigszins geïstitutionaliseerd is, is de beeldende kunst in Nederland voornamelijk een *witte* aangelegenheid. Met enige nuance wil dat zeggen dat de bezoekers, genietters en kopers van beeldende kunst toch vooral, Autochtoon, 50plus en hoger opgeleid zijn. (zie eventueel toelichting in bijlage ‘cijfers’).

Maar ook de beeldende kunstensector zelf is wit. Vooral de organisaties zijn wit: museumdirecties, kunstmanagers, marketeers, curatoren, restauratoren, kunstcritici, fondsenverstrekkers, vrijwel alles en iedereen is wit. Er zijn wel redelijk wat *buitenlanders* als kunstenaar actief, en dan bedoelen we niet de Nederlanders met een Turkse, Marokkaanse of Afrikaanse achtergrond. De *‘buitenlanders’* die hier als kunstenaar actief zijn, hebben vooral een achtergrond in Europa, de Amerika’s of in het Verre Oosten (China, Taiwan).

Wat betreft de veelkleurige samenleving en kunst doet zich een opmerkelijk fenomeen voor: beeldende kunst reflecteert regelmatig op aspecten van onze huidige, veelkleurige samenleving, maar de sector zelf bevindt zich toch grotendeels op een wit eiland binnen die samenleving. Met een eigen (witte)kunstcultuur, eigen codes, eigen plekken, een eigen mores. Overheden en (overheids)fondsen zouden het graag anders zien, en er zijn heel wat beleidsvoornemens en

regelingen voor ontworpen, maar de beoogde verandering blijft uit. De beeldende kunst blijft vooral wit.

En dat is ook niet zo verwonderlijk, want het fenomeen van witte kunst is niet zozeer een fenomeen dat aan de kunstensector kleeft, maar het heeft veel diepere wortels. Het is deel van onze gezamenlijke cultuur. Die cultuur krijg je van jongs af aan tot je. Thuis, op school, op straat, in de media, op het werk. Waar je geboren wordt is nog steeds alles bepalend.

Politici roepen graag dat kunst en cultuur ‘verbindt’, maar het tegenovergestelde is zeker ook waar. Met kunst en cultuur trekken we aan én stoten we af.

Dat neemt niet weg dat kunstuitingen en kunstprojecten een positieve invloed kunnen hebben. Kunstenaars kunnen bruggen slaan (en velen doen dat of willen dat ook). Maar kunstenaars zijn vooral kunstenaars en geen bruggenbouwers.

De overheid zou het de kunstenaar niet moeten verwijten als deze zich op zijn witte kunstenaarschap richt. Hij of zij is net zo veel en net zo weinig verantwoordelijk voor de kleur van de kunst als de ambtenaar of politicus die hem of haar de maat neemt.

10. Kunstvakonderwijs doet het met buitenlanders

Kunstvakonderwijs staat internationaal hoog aangeschreven. Maar we zien minder in- en uitstroom uit NL, een slecht arbeidsperspectief, minder studenten kiezen autonome creativiteit als richting, wel meer studenten kiezen voor design of opleiding in toegepaste creativiteit.

Zonder dat wij daarvoor cijfers hebben kunnen achterhalen, ontstaat uit verschillende gesprekken een beeld dat met name de buitenlandse studenten het goed doen. Zij *gaan* er meer voor. Hun creatieve en artistieke kwaliteiten, maar bovenal het werkethos, zijn duidelijk hoger dan die van de Nederlandse studenten.

11. Musea doen het goed (of niet?)

Een aantal nieuwe en vernieuwde kunstmusea doen het goed, althans, ze trekken veel publiek en worden in hoge mate gewaardeerd door zowel kenners als komers. Ook een aantal al wat oudere grote kunstmusea trekken meer publiek dan ooit. Opgeteld zien we een rooskleurig beeld ontstaan. Maar wie dieper kijkt, ziet dat achter de muur van succes, vooral de kleinere en op de regiogerichte kunstmusea in de problemen zijn. Als gevolg van bezuinigingen en het wegblijven van bezoekers zijn hun inkomsten onverantwoord laag en lopen zij grote risico's.

We constateren tegelijkertijd dat bij de ogenschijnlijk succesvolle musea (wat betreft aantallen en omzet) de lange-termijnkosten niet altijd zichtbaar zijn: de kosten voor onderzoek, voor collectiebeleid (aankopen en afstoten). De Raad voor Cultuur waarschuwde in dat licht onlangs de museumsector zich niet blind te staren op *blockbusters*, maar vooral ook de achterkant van de museale taken – het beheer en behoud van het erfgoed – aandacht te geven (Sectoradvies Musea, In wankel evenwicht, Raad voor Cultuur, 2018).

12. Musea openen hun depots

Er is een internationale trend waarneembaar waarbij musea met belangwekkende collecties deze collecties uit de depots halen en delen met het publiek. Ook Nederlandse musea gaan mee in deze trend. Het ontsluiten van grotere delen van de collectie doen ze op verschillende manieren:

- a. *Reizende tentoonstellingen* (zoals o.a. Kröller Müller en Van Gogh Museum)
- b. *Een aantrekkelijk en publiektoegankelijk depot* (zoals o.a. Boijmans van Beuningen op dit moment realiseert)
- c. *Satellietmusea* (zoals o.a. Guggenheim en Louvre hebben)
- d. *Een zaal buiten het museum* (zoals Rijksmuseum op Schiphol)
- e. *Uitleen* (kunstwerken, of hele delen van de collectie worden voor langere periode uitgeleend, zoals Amsterdam Museum en Rijksmuseum aan de Hermitage Amsterdam: Portrait Gallery of the Golden Age).

13. Media, krimp en nieuwe kansen

In algemene zin besteden de klassieke media minder aandacht aan kunst en cultuur. Zeker beeldende kunst is bijna van de televisie verdrongen, en ook kunsttijdschriften hebben het zwaar. Zij kampen met dalende oplagen en tekorten.

Tegelijkertijd bedienen nieuwe de generaties van Millennials en de Generatie Z (zie paragraaf over Generatie Z) zich van totaal andere media. Zij leven online. En ook de kunstenaars van deze generatie communiceren grotendeels online. Zij *ontwikkelen én presenteren* hun projecten online.

Zeker de gevestigde kunstinstellingen maken nog relatief weinig gebruik van deze nieuwe media-reality. Zij gebruiken de sociale media vooral als marketinginstrument, maar benutten deze platforms nauwelijks voor het *ontwikkelen en presenteren van kunst*. Dat media hun *tweede podium* is, waarvoor je ook exposities en projecten kunt ontwikkelen, dringt maar langzaam door.

14. Bezuinigingen: minder kunstenaars

Als reactie op de financiële crisis is er door de verschillende overheden de afgelopen jaren stevig bezuinigd op kunst en cultuur. Er is flink gesneden in de infrastructuur. Zes Centra voor Beeldende Kunst (CBK) zijn opgeheven. Ook zijn de nodige presentatie-instellingen omgevallen of hebben zij het op dit moment zeer zwaar.

Als gevolg van de crisis en de bezuinigingen, is het kunstklimaat verschaalt: er zijn in Nederland beduidend minder professionele kunstenaars actief dan voor de crisis (Cultuur in Beeld, Ministerie van OCW, 2017).

Nu de economie weer op volle toeren draait, worden de subsidiebudgetten voor kunst en cultuur doorgaans wel iets vergroot, maar het totaal komt niet bij de omvang van vóór de bezuinigingen.

Met name politici hebben in de afgelopen jaren vaak geroepen dat de kunstensector veel meer uit *de markt* zou kunnen halen (om daarmee de ontstane tekorten te dichten). De sector is daarmee wel aan de slag gegaan, maar het is bepaald niet tot een goed huwelijk gekomen. Sponsoring en ondernemerschap hebben voor de vernieuwende (beeldende) kunst vrijwel niets kunnen verbeteren. De redenen: ten eerste, de kunstenaars waren in zekere zin al ondernemend (de meeste kunstenaars zijn immers ondernemer) en konden niet nog meer ondernemerschap realiseren.

Ten tweede: sponsors konden niet zoveel met die creatievelingen en hun vaak moeilijk te doorgronden kunst. Ten derde: de markt voor beeldende kunst had (en heeft) het zwaar (zie ook 1.9 over de kunsthandel). Tot slot: de *geefwet* heeft niet gebracht wat het kabinet ervan gehoopt had. Mensen zijn niet op grotere schaal fiscaal voordelig aan kunst gaan doneren.

15. *Kunstenaars trekken naar het laagste kostenniveau*

Overal in Nederland (en waarschijnlijk in de hele wereld) zien we hetzelfde fenomeen: startende creatieven (en ook kunstenaars) vestigen zich daar waar de huren voor hen betaalbaar zijn. Een reden waarom Eindhoven zoveel creatieven (designers) heeft – en houdt – ligt voor een belangrijk deel juist aan het vertrek van Philips: er kwamen duizenden vierkante meters beschikbaar.

Regio's met beschikbare ruimte (zoals onder andere Gelderland) kunnen deze *troef* goed uitspelen. Zeker nu Amsterdam (en straks ook Utrecht) helemaal vol zit, is een overloop naar 'de ruimte' voorspelbaar.

Trends in Cultuurbeleid

Landelijk cultuurbeleid is nogal trendgevoelig. Die trends worden onder andere aangejaagd door de wil vanuit de politiek en met name ministers om een duidelijk profiel neer te zetten. Met hun meerjarenbeleidsvisie lanceren zij elke vier jaar nieuwe speerpunten: Van der Ploeg had zijn *culturele diversiteit*, Zijlstra zijn *bezuinigingen en ondernemerschap*, Bussemaker wilde *impact* en *regionalisering* van de subsidiesystematiek. En onder Van Engelshoven is het nu onder andere *samenwerking* en *cultuureducatie*.

16. Regionalisering was even een trend

Het is ook een terugkerend gegeven dat de wijze van subsidiëren ter discussie wordt gesteld. De Raad voor Cultuur is ook de laatste jaren bezig het subsidiestelsel als zodanig tegen het licht te houden.

De Raad voor Cultuur adviseerde de minister van Cultuur om het stelsel te herzien en meer te gaan subsidiëren op basis van wat de regio's zelf willen. Regioleiders dus. Dit leidde ertoe dat nu overal in het land overheden samen met de cultuursector onderzoeken met welk profiel zij de regio gaan profileren. Ondertussen heeft de minister laten weten dat ze het advies over de stelselherziening naast zich neerlegt, maar de

regioprofielen wel op prijs stelt. Het is per saldo niet geheel duidelijk welke status het regioprofiel en het 'huiswerk' van de regionale samenwerkingspartners straks heeft. Het heeft er alle schijn van dat niet alle 'regio's' als regio's herkend en erkend worden en dat het profiel te weinig houvast biedt om beleid op te maken en gelden te verdelen. Daarmee zal veel bij het oude blijven.

17. Overige trends in cultuurbeleid

Overheden brengen hun cultuurbeleid meer in lijn met hun overige beleid. Het besef neemt toe dat kunst en cultuur ondersteunde rollen kunnen spelen bij het realiseren van andere beleidsopgaven.

Het besef dringt door dat de wereld waarin we leven snel verandert, maar dat de kunst en cultuursector in veel gevallen niet snel genoeg mee verandert.

Overheden lijken zich meer bewust dat een veranderde bevolkingssamenstelling ook leidt tot een andere (vormen van) cultuurconsumptie en andere smaakvoorkeuren. Zij verwachten meer aanpassing van de sector aan de veranderde omstandigheden.

Overheden realiseren zich steeds meer dat kunst niet in hokjes is te stoppen, maar dat verschillende kunstdisciplines elkaar in allerlei vormen opzoeken en versterken. De overheid komt vaker met subsidieregelingen die rekening houden met deze cross-disciplinaire projecten en moedigt deze vaak ook aan.

De trend is al langer gaande, maar veel politici roepen dat kunst en cultuur *ondernemender* moet zijn. Meer markt- en vraaggericht. Tegelijkertijd hebben de meeste politici nauwelijks een beeld van de realiteit van het culturele ondernemerschap en de markt voor kunst en cultuur.

Educatie is weer in. Politici lijken te beseffen dat zij in de afgelopen jaren het onderwijs te kaal hebben geknipt. Ze pleiten weer voor meer cultuur op school. Muziek in de klas. Ieder kind een instrument. Samen zingen. Ook is cultuureducatie (en erfgoededucatie) in de lift omdat het helpt iets te ontdekken over de eigen (Nederlandse) identiteit.

SCP over trends in cultuurbeleid

In zijn tweejaarlijkse verkenning *De Sociale Staat van Nederland* schrijft het Sociaal Cultureel Planbureau in 2017 over trends in het Nederlandse cultuurbeleid:

“Maar terwijl het stelsel hetzelfde bleef, evolueerden de smaakvoorkeuren en samenstelling van de bevolking en erodeerde hierdoor het voetstuk van de ‘hoge’ kunst. De emancipatie van het individu, onder het motto van zelfontplooiing, zelfbeschikking en eigen regie, staat op gespannen voet met de idee dat sommige kunstvormen wel overheidssteun waard zijn en andere niet.”

“Voor zover er al trendbreuken in het cultuurbeleid bestaan, zijn er wellicht twee. Dit zijn de roep om meer aandacht voor jong publiek en migranten, eind vorige eeuw ingezet door toenmalig staatssecretaris Van der Ploeg, en de bezuiniging op kunst (erfgoed werd ontzien), ingezet onder kabinet-Rutte I. Toch ligt er een zekere continuïteit achter deze koerswijzigingen: de overheid heeft namelijk al lange tijd de wens geuit dat het gesubsidieerde deel van de cultuursector zich richt op de veranderende smaakvoorkeuren van de in samenstelling veranderende bevolking.”

De Sociale Staat van Nederland, Sociaal Cultureel Planbureau, 2017

18. *Kunstenaarshonorariadilemma*

De laatste twee jaar – nu we weer wat uit de crisis zijn gekomen – klinkt de roep om kunstenaars fatsoenlijk te betalen steeds luider. Een oud issue, maar zeker nog actueel. In veel gevallen krijgen medewerkers van instellingen en organisatoren van kunst weinig betaald voor hun werk, maar de makers van de kunst – de kunstenaars zelf – worden niet of nauwelijks gehonoreerd. Men moet blij zijn dat het werk wordt vertoond.

Het is een systeem dat zichzelf in stand houdt. Kunstenaars hebben er veel voor over om gepresenteerd te worden. Niet zelden gaan ze akkoord met geen, of alleen onkostenvergoeding. Bij de planontwikkeling (van tentoonstellingen etc.) gaan de plannenmakers al uit van die lage begrotingspost.

De Sociaal Economische Raad en de Raad voor Cultuur concluderen dat de inkomenspositie van werkenden in de culturele sector zorgelijk is. Ook de musea en presentatie-instellingen zien het. Het Mondriaan Fonds zoekt naar wegen om een fatsoenlijk kunstenaarshonorarium via de regelingen te bewerkstelligen. Er is een *Richtlijn Kunstenaarshonoraria* opgesteld (zie kunstenaarshonorarium.nl).

Met hogere honoraria is het resultaat echter wel dat projecten flink duurder uit gaan vallen, waardoor het moeilijker wordt om ze te financieren en vervolgens te realiseren. Gevolg: minder (beeldende) kunstprojecten. En *dat* is wel een dilemma.