

# Cultuursector, ga nu bouwen aan een fundament voor je toekomst

Een virtuele rondleiding langs de meesterwerken van het Mauritshuis. Concerten van Di-rect rechtstreeks in de woonkamer van fans thuis via hun eigen televisie en thuis speakers. Boeken lezen en series 'bingen' via de digitale kiosk van de bibliotheek of de boekwinkel. Een deel van de zalen, podia en cultuurhuizen stelde zich beschikbaar als tijdelijke concertzaal. Op allerlei manieren hebben makers in de cultuursector moderne, digitale mogelijkheden ingezet om hun publiek ook tijdens corona te blijven bereiken.

Er is inmiddels een groot aanbod van platformen beschikbaar die zulke digitale faciliteiten en diensten aanbieden. Zij geven makers en artiesten de beschikking over krachtige, efficiënte 'digitale faciliteiten' en een infrastructuur, die zij zelf nooit hadden kunnen realiseren.

Uit onderzoek van Platform ACCT blijkt dat er bij artiesten, makers, culturele instellingen en ondernemers grote belangstelling is voor een platform waarmee de eigen bedrijfsvoering en het bijhouden van kaartstanden kunnen worden verbeterd en nieuwe doelgroepen en publieken kunnen worden aangeboord. De vraag is dus niet zozeer óf, maar hoé digitale platformen in de toekomst een rol blijven spelen in de cultuursector.

## **Een open coöperatief platform**

Dit hangt samen met de voorwaarden en spelregels van die platformen en hun verdienmodel. Restaurants en hotels hebben

inmiddels de impact ondervonden van Thuisbezorgd en Booking. Deze hebben hun transactiefee de afgelopen jaren steeds verhoogd. Daarnaast lokken ze prijsconcurrentie uit tussen aanbieders en verkopen ze hoge rankings, een positie bovenaan in de apps en zoeklijsten van consumenten. Kleinere spelers kunnen dus in het gedrang komen onder deze voorwaarden.

Daarom is het voor de cultuursector als geheel belangrijk dat een platform open en coöperatief is. Zo'n platform kan inspraak geven aan alle deelnemers, de transactiekosten laag houden en waardevolle publieksdata toegankelijk houden voor grote en kleine spelers in de sector. Bovendien kan het gelijke kansen geven aan al het cultuuraanbod door geen hogere rankings te verkopen. Zo kan het platform bijdragen aan het behoud van een divers en een in heel Nederland toegankelijk cultuuraanbod.

Naast de borging van de genoemde collectieve waarden, kan het platform ruimte geven aan commerciële ontwikkelingen en meerdere dienstverleners. Zo kunnen kosten worden gedeeld en nieuwe innovaties snel ten goede komen aan een brede groep. Juist de betrokkenheid van en samenwerking met faciliterende (private) partijen, verhoogt de zeggenschap van de sector. Door vanuit de sector zelf het voortouw te nemen om zo'n gezamenlijk platform te bouwen, houden de makers uiteindelijk meer controle over de exploitatie van hun werk.

### **Hoe kan zo'n platform werken?**

Het opzetten van een platform begint klein en eenvoudig: met het digitaal beschikbaar maken van al het aanbod via een beschrijving en boekingsnummer, en het in een systeem bijhouden van stoelen en verkoopstanden. Dit maakt het verkopen van kaarten en abonnementen gemakkelijker evenals het managen van de indeling van zalen en maakt de hele bedrijfsvoering efficiënter. Het levert op den duur inzicht in de prestaties van de organisatie die vergeleken kunnen worden met die van anderen. Zo kunnen spelers van elkaar gaan leren en professionaliseren.

Tevens wordt het via digitale apps en systemen mogelijk om bezoekersdata te verzamelen. Op den duur leveren deze waardevolle inzichten op in de voorkeuren en wensen van het publiek, zeker wanneer deze over meerdere instellingen en cultuuruitingen heen worden gecombineerd. Hier kan bij het ontwikkelen van nieuwe producties en bij de marketing ervan rekening gehouden worden. Zo kunnen culturele producties hun publiek gericht opzoeken en vergroten.

De podiumkunsten hebben met hun Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten (DIP) een start gemaakt met het bouwen ervan. Het CJP heeft datzelfde gedaan op het gebied van cultuureducatie voor jongeren.

Zo'n platform kan steeds verder uitgebouwd worden met diensten en toepassingen tot een volledige digitale gereedschapskist waarmee makers, podia en organisaties hun prestaties kunnen verbeteren en hun verdienvermogen kunnen vergroten. Op termijn biedt het bijvoorbeeld ook een mogelijkheid om nieuwe abonnementsvormen, sponsoring en cultuurkaarten te ontwikkelen. Het kan tevens een basis vormen voor innovatieve crossmediale creatieve en culturele productie.

Bovendien kan een toegankelijk en betaalbaar platform ervoor zorgen dat alle spelers, ook de kleinere, de noodzakelijke digitaliseringsslag versneld kunnen maken. Uit onderzoek blijkt dat zij die slag nog moeilijk vinden en zich zorgen maken over de kosten. Door samen te werken kunnen de kosten worden gedeeld, geprofiteerd worden van gezamenlijke

marketing en rijke gecombineerde data en inzichten in het publiek.

Kortom, een gezamenlijk platform voor de cultuursector kan een belangrijk fundament zijn voor een bloeiende de cultuursector in de toekomst.

### **Wie pakt de handschoen op?**

Een collectief platform komt niet vanzelf tot stand. Het vraagt om solidariteit binnen de sector en het besef dat de groten en de kleinen elkaar verrijken en versterken. Er moet bereidheid zijn om een deel van de data met elkaar te delen. De groten, die het misschien zelf kunnen, kunnen zorgen voor voldoende massa om een platform ook bij een groot publiek te laten aanslaan, de kleintjes verrijken de sector en dragen bij aan culturele diversiteit. Vanuit het publiek gezien is een platform het meest interessant als het een zo volledig mogelijk aanbod heeft. Een platform kan dus alleen slagen als iedereen in de sector meedoet.

In een cultuursector, die divers, versnipperd en eigenzinnig is, is dit een extra grote uitdaging. Toch zou men juist rond een digitaal platform de samenwerking moeten opzoeken vanuit het grotere belang voor de toekomst van sector als geheel.

De overheid kan helpen de impasse te doorbreken door de totstandkoming van een open coöperatief platform te stimuleren waarmee de sector haar eigen verdienvermogen kan vergroten en zelfstandigheid kan versterken. De overheid kan haar subsidies in de toekomst dan gericht inzetten op het creëren van een breed en toegankelijk cultuuraanbod.

Wacht niet langer af maar laat de huidige crisis een mooie aanleiding en gelegenheid zijn om nu aan de slag te gaan om, in nauwe dialoog met alle spelers, een fundament voor de toekomst van de cultuursector te gaan bouwen.