

Vergaderjaar 2011–2012

32 820

Nieuwe visie cultuurbeleid

Nr. 57

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 31 mei 2012

Hierbij bied ik u de brief aan waarin ik het Programma Ondernemerschap Cultuur schets voor de periode 2013–2016.

In de kabinetsbrief *Meer dan kwaliteit: een nieuwe visie op cultuurbeleid* heb ik aangekondigd dat ik met een programma zal komen om het ondernemerschap in de cultuursector te versterken (kamerstuk 32 820, nr. 1). Ook de Raad voor Cultuur pleit in haar advies «Slagen in Cultuur»¹ voor professionalisering ondersteuning van beleid en van ondernemerschap bij culturele instellingen.

Met deze brief is tevens een aantal toezeggingen aan de Kamer uitgevoerd:

- begin 2012 ontvangt de Kamer de uitwerking van mogelijkheden voor een makelaar voor cultuurmecenaat (Kamerstuk 33 000-VIII nr. 153);
- bij de uitvoering van de motie Biskop inzake het consulteren van Innovatiecentrum Syntens op het gebied van cultureel ondernemerschap, wordt ook de positie van ZZP'ers meegenomen (Kamerstuk 33 000 VIII nr. 38);
- uiterlijk mei 2012 zal de Kamer concreet op de hoogte worden gesteld van een programma inzake ondersteuning bij het vinden van de juiste vraag en het formuleren van de juiste vraag om in de markt neer te zetten (Kamerstuk 33 100, nr. 5).

Het Programma Ondernemerschap Cultuur is opgezet in overleg met zo veel mogelijk betrokkenen en belanghebbenden. Er zijn bijeenkomsten, rondetafels en interviews gehouden met nationale en internationale experts, afgevaardigden en professionals in de cultuursector en de filantropische sector. Ook private fondsen, goededoelenloterijen, het bedrijfsleven, de wetenschap, de bancaire sector, fiscalisten, notarissen en andere overheden zijn geraadpleegd. Deze gesprekken hebben een grote bijdrage geleverd aan het samenstellen van de acties in het programma. Daarnaast heeft tussen 13 april en 29 april jl. een internetconsultatie

¹ Uitgebracht op 21 mei 2012.

plaatsgevonden. Aan de hand van een notitie¹, met de achtergrond en opzet van het programma, is via een openbare raadpleging de gelegenheid geboden om een beoordeling en/of suggesties te doen over enkele specifieke acties van het programma. In bijlage II vindt u een overzicht van de deelnemers en de antwoorden op de vragen die gesteld werden in de consultatie. Aan de hand van de binnengekomen antwoorden zijn de acties waar mogelijk aangevuld en/of aangepast.

Ik ga eerst in op de huidige stand van zaken van ondernemerschap in de cultuursector. Vervolgens beschrijf ik de opzet van het programma. Daarna ga ik in op diverse beleidsacties die ermee verbonden zijn. Ik sluit af met een tijdslijn en een weergave van de uitgaven aan het programma.

Cultuur en ondernemerschap

De Nederlandse cultuursector is een ondernemende sector. De overheid financiert maar een klein deel van de cultuurproductie. De gesubsidieerde sector is in beweging en verbreedt zijn financieringsmix. Zo bedroeg de gemiddelde jaarlijkse groei van de publieksinkomsten van de instellingen in de huidige basisinfrastructuur tussen 2005–2009 6,0%.² Ook de eigen inkomsten van de instellingen die een plek hebben aangevraagd in de basisinfrastructuur voor 2013–2016 bevestigen dit. Zo steeg het gemiddelde % eigen inkomsten³ van de aanvragers van 47,1 % in 2010 naar 51,0% in 2011. Met betrekking tot giften aan kunst en cultuur blijkt uit periodiek onderzoek van de Vrije Universiteit Amsterdam⁴ dat in 2009 Nederlanders € 454 miljoen gaven aan culturele doelen. Van dit bedrag is 65% afkomstig van bedrijven. Het gaat dan om giften en sponsoring. Daarnaast laten de cijfers van instellingen in de huidige basisinfrastructuur zien, dat in de periode 2005–2009 de financiering vanuit private middelen (zoals schenkingen, vriendenverenigingen, private fondsen) een gemiddelde jaarlijkse groei van 10% kende.⁵ Er moet wel rekening worden gehouden met een daling van de hierboven beschreven ontwikkelingen in verband met de huidige economische crisis.

Na de bekendmaking van de hervormingen en bezuinigingen op het cultuurbudget heeft de cultuursector haar veerkracht laten zien met veel initiatieven en ontwikkelingen. Van samenwerkingsinitiatieven (bijvoorbeeld Heritage Museums Amsterdam) en fusies (Theater Rotterdam), tot gerichte fondsenwerving en crowdfunding-initiatieven zoals «voordekunst.nl».

Het kabinet ondersteunt de beweging van de cultuursector om te komen tot een bredere financieringsmix met onder meer de Geefwet en het convenant met de filantropische sector, «Ruimte voor Geven». Daarnaast is ondernemerschap een belangrijke voorwaarde voor instellingen om voor rijksfinanciering voor 2013–2016 in aanmerking te komen. Er geldt een toetredingsnorm voor de basisinfrastructuur 2013 – 2016 van 17,5% eigen inkomsten.⁶ Deze toetredingseis geldt voor alle cultuurproducerende instellingen.⁷ De eigen inkomsten van door het ministerie van OCW gesubsidieerde instellingen zullen in de aanstaande subsidieperiode een groei moeten doormaken van gemiddeld 1% punt per jaar. Ook de publieke cultuurfondsen hebben het criterium ondernemerschap meer gewicht gegeven in de beoordeling.

Programma Ondernemerschap Cultuur

Het Programma Ondernemerschap Cultuur is tijdelijk van opzet: het start in het 2^e kwartaal van 2012 en eindigt in het 4^e kwartaal van 2016. Aan het einde van het programma wordt het volgende hoofddoel beoogd:

¹ Zie bijlage I (Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer)

² Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Cultuur in beeld, mei 2011, tabel 4.2, p. 52

³ Het totaal aan eigen inkomsten van de 96 aanvragers gedeeld door de het totaal aan structurele overheidssubsidies van de 96 aanvragers.

⁴ Geven in Nederland/ Werkgroep Filantropische Studies (VU Amsterdam), Geven in Nederland 2011, 2011, p. 16

⁵ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Cultuur in beeld, mei 2011, p. 119
www.rijksoverheid.nl/cultuurinbeeld.

⁶ Eigen inkomsten gedeeld door structurele overheidssubsidie, ofwel tegenover iedere € 1 000 subsidie moet minimal € 175 eigen inkomsten staan.

⁷ Voor de podiumkunstinstanties geldt daarnaast dat deze instellingen geacht worden op 1 januari 2013 het niveau van 21,5% te hebben bereikt. Deze nadruk wordt op de podiumkunsten gelegd, daar waar in deze sector al eerder beleid is gestart om eigen inkomsten te verwerven.

Het ondernemerschap in de culturele sector (instellingen en makers) is versterkt.

Dit hoofddoel valt uiteen in de volgende subdoelen:

- De kennis van cultuur bij (potentiële) private financiers en andere partijen is vergroot.
- De geef- en investeringsbereidheid vanuit de private sector is toegenomen.
- De financieringsmix van instellingen (in de basisinfrastructuur) is verbreed.
- De branche draagt zoveel mogelijk de verantwoordelijkheid voor ondersteuning op het gebied van ondernemerschap.

Het Programma Ondernemerschap Cultuur ondersteunt de cultuursector in het versterken van de band met potentiële financiers en het aanboren van andere inkomstenbronnen. Daarom is dit programma bescheiden van opzet en richt het zich vooral op zaken die door de cultuursector als prioriteit zijn aangeduid. Maar ondernemerschap is een breder begrip dan alleen eigen inkomsten. Het Programma Ondernemerschap Cultuur richt zich daarom ook op zaken als marketing, governance en positionering.

Het programma richt zich op het creëren van de juiste randvoorwaarden waarbinnen ondernemerschap kan groeien. De vraag en behoefte van de sector staan centraal. De uitvoering van het programma sluit aan op de bestaande infrastructuur, kennis en expertise. De rijksoverheid speelt een rol in dit proces, door het samenbrengen van diverse initiatieven en acties. Het programma maakt ook een duidelijke keuze: de rol van brancheorganisaties wordt in de loop van de uitvoering zwaarder en de overheid doet geleidelijk een stap terug. Culturele instellingen zullen dan ook lid moeten zijn van een branchevereniging om gebruik te kunnen maken van de dienstverlenende acties van het programma. Daarnaast zullen instellingen, die gebruik willen maken van de acties op het gebied van fondsenwerving, de ANBI-status Cultuur moeten hebben. Voor individuele creatieve makers geldt dat zij als ZZP'er bij voorkeur lid zijn van een branchevereniging.

Het Programma Ondernemerschap Cultuur bestaat uit een aantal tijdelijke acties, langs drie lijnen:

1. Het stimuleren van een geefcultuur, door:
 - communicatie over Geven aan Cultuur;
 - het oprichten van een makelaarsfunctie voor cultuurmecenaat.
2. Ondersteunen van culturele instellingen en makers op het terrein van ondernemerschap, door:
 - versterken van ondernemerschap bij individuele creatieve makers (ZZP'ers) en kleine instellingen;
 - het oprichten van een leiderschapsprogramma voor de cultuursector;
3. Onderzoek en monitor
 - onderzoek naar de sociale en fiscale aspecten van cultuurmecenaat;
 - een monitor van ondernemerschap in de basisinfrastructuur en bij de door de cultuurfondsen gesubsidieerde instellingen;
 - onderzoek naar de invloed van de economische situatie op de culturele sector.

1. Het stimuleren van een geefcultuur

Er wordt in Nederland gegeven aan kunst en cultuur, maar er liggen nog kansen die beter benut kunnen worden. Om deze kansen in beeld te brengen, heb ik TNS/NIPO gevraagd om de bezoekers van culturele instellingen in Nederland in kaart te brengen en na te gaan in welke mate

en op welke wijze hij of zij bereid is om te geven. Hieruit kwam een aantal belangrijke uitkomsten en conclusies:

- Bezoekers aan de traditionele kunsten en bezoekers aan een gemengd aanbod van kunst en cultuur behoren tot de doelgroepen die bereid zijn om te geven.
- De potentiële gever is overwegend 55+ en leeft vaak in kleine huishoudens; tweederde komt uit hogere sociale klassen en heeft dus een relatief hoge opleiding en maatschappelijke positie (gehad). Hij of zij bezoekt op reguliere basis zowel populaire als traditionele kunstvormen (59% vaker dan 5 keer per jaar).
- Deze twee doelgroepen staan open voor commerciële activiteiten van instellingen. Ze zijn ook bereid om te geven. Fiscale maatregelen kunnen hierop een gunstig effect hebben.
- Het verrichten van vrijwilligerswerk is voor deze twee doelgroepen ook een mogelijkheid om betrokkenheid te tonen. Een fiscale maatregel, die de onkosten onbelast laat toevloeien aan de culturele instelling, kan hierbij positief werken.

Ook experts van de Werkgroep Filantropische Studies, verbonden aan de Vrije Universiteit te Amsterdam, geven in relatie tot de bereidheid tot geven twee belangrijke bevindingen aan¹:

- Fiscale maatregelen veranderen zowel het gedrag van (potentiële) gevers als algemeen nut beogende instellingen (ANBI-instellingen) die afhankelijk zijn van giften. Deze organisaties zetten in dit geval actiever in op het werven van giften.
- Wanneer culturele instellingen erin slagen de verhoogde aftrekbaarheid onder de aandacht te brengen van particulieren en bedrijven kan het volume van giften groter worden.

Acties

Communicatie Geven aan Cultuur

Ik start, in samenwerking met de cultuursector, de private sector en overige betrokkenen, communicatiegericht op het ondersteunen van culturele instellingen bij giften- en fondsenwerving. Hiermee draag ik vanuit een ondersteunende rol bij aan het op gang brengen van een ontwikkeling waarbij er meer gegeven wordt aan cultuur. Dit is onderdeel van een grotere beweging om de geefcultuur in Nederland te vergroten. De communicatie is in eerste instantie gericht op het ondersteunen van culturele instellingen en intermediairs (zoals brancheorganisaties, notarissen en fiscaal specialisten). Ook komt er voor deze organisaties een online platform. Dit platform, met meerdere functies:

- Particulieren die willen geven en culturele instellingen vinden hier alle benodigde informatie over het geven aan cultuur, inclusief de diverse fiscale mogelijkheden en het gebruik van de Geefwet. Hierbij zal ook aandacht worden gegeven aan transparantie en vertrouwen bij het geven aan culturele instellingen.
- Culturele instellingen vinden hier een verzameling aan communicatiemiddelen (een zogeheten toolkit) en best practices die zij kunnen gebruiken. Hierbij valt te denken aan:
 1. gebruik van een beeldmerk en slogans;
 2. het intensiveren van de relatie tussen culturele instellingen en publiek;
 3. het transactioneel maken van deze relatie, ofwel het omzetten in giften en extra financiële bijdragen;
 4. culturele instellingen gebruik te laten maken van de (fiscale) mogelijkheden voor het verwerven van alternatieve financieringsbronnen inclusief giften.

¹ R. Bekkers & E.E. Mariani, Gedragseffecten van de Geefwet, Weekblad voor Privaatrecht, Notariaat en Registratie, 11 februari 2012/67917

De communicatie gaat gefaseerd van start. Een eerste moment vindt plaats voor de zomer van 2012 waarbij de intermediairs specifiek worden benaderd over de diverse (fiscale) mogelijkheden om te geven aan cultuur. Daarna volgen bij de opening van het culturele seizoen 2012/2013 belangrijke communicatiemomenten. De communicatiestrategie wordt de komende twee jaar uitgevoerd. De financiering van de strategie gebeurt via verschillende departementen.¹ Het gaat hierbij om een gezamenlijke incidentele bijdrage van € 0,9 miljoen in 2012 en 2013.

Makelaarsfunctie voor cultuurmecenaat

Uit de diverse gesprekken met experts en betrokkenen kwam duidelijk naar voren dat voor individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen² behoefte is aan specifieke ondersteuning op het gebied van fondsenwerving. Waar grote instellingen gebruik kunnen maken van naamsbekendheid en een breed bereik, is het voor individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen doorgaans moeilijker om potentiële private financieringsbronnen te bereiken. Bij deze laatste groep gaat het ook vaak om kleine organisaties met beperkte slagkracht. Ik zet een makelaarsfunctie voor cultuurmecenaat op.³ Deze richt zich op praktische ondersteuning voor individuele creatieve makers en kleine culturele instellingen (uit de verschillende cultuurdisciplines) op het gebied van fondsenwerving. Deze biedt trainingen, cursussen en één-op-één advies om het fondsenwervingspotentieel te vergroten. Ook fungeert de makelaarsfunctie als communicatie-instrument in het kader van de eerder genoemde communicatie voor geven aan cultuur. De makelaarsfunctie bestaat uit een kleine back-office en een groep van experts die zich richt op het toewijzen van coaching, training op basis van de vraag van een instelling of een individuele creatieve maker. Ik ga uit van tussen de 300 en 400 bemiddelingen (voor kleine instellingen en individuele creatieve makers) per jaar.

Uit de internetconsultatie komt een duidelijk beeld naar voren over de gewenste samenstelling van de groep van experts:

- ervaring en succes in fondsenwerving, friendraising;
- succesvolle (cultureel) ondernemers;
- artistiek inzicht, kennis en expertise;
- kennis op gebied van management, exploitatie, communicatie en marketing.

Afnemers van de diensten van de makelaar moeten volgens de deelnemers van de consultatie aan diverse eisen voldoen, onder andere:

- het hebben van een toekomstvisie en realiteitszin;
- bereid zijn tot langdurige inzet op werving en bereidheid tot een systematische en inventieve aanpak van werving;
- het hebben een ANBI-status (instellingen);
- het hebben van een concrete geefvraag;
- het bestaan van een bepaalde vorm van continuïteit (al een aantal jaar een actief bestaan);
- het hebben van ambitie en commitment en het aantonen van inzet van menskracht;
- het in staat zijn om sterktes en zwaktes te onderscheiden en aan te kunnen geven welke sterktes ze kunnen gebruiken in relatie tot fondsenwerving.

¹ Er wordt samen opgetrokken omdat op andere terreinen ook aan een geefcultuur wordt gewerkt.

² De definitie van «kleine culturele instellingen» is niet afgebakend in aantal fte of hoogte van budget, maar doelt op instellingen met een beperkte capaciteit waardoor functiedifferentiatie binnen deze instelling beperkt is.

³ Er is door het ministerie uitvoerig gekeken naar het model van Artsupport Australia. Voor de uitvoering van een soortgelijke functie in Nederland wordt het Australische model niet één-op-één gekopieerd, maar worden goede elementen overgenomen. Een groot verschil met Australië is het feit dat in Nederland al een infrastructuur voor filantropie bestaat, waarop wordt voortgebouwd.

Er wordt aangesloten bij bestaande initiatieven en expertise in het veld. Daarom wordt de uitvoering van de mecenaatmakelaar opengesteld met een openbare aanbesteding. Bij het uitschrijven van de aanbesteding worden duidelijke criteria opgesteld waaraan de makelaarsfunctie moet voldoen. Daarnaast wordt een profiel opgesteld voor de samenstelling

van de groep van experts. De aanbesteding gaat zo spoedig mogelijk van start. De makelaarsfunctie wordt in het eerste kwartaal van 2013 gelanceerd en 4 jaar lang actief zijn.

2. Ondersteunen van culturele instellingen en makers op het terrein van ondernemerschap

Met het ondersteunen van het ondernemerschap begin ik niet op nul, maar bouw ik voort op de belangrijke ontwikkelingen die binnen de sector al sterk in gang zijn gezet. Professionals, experts en betrokkenen brachten in de gesprekken over ondernemerschap wel specifieke punten naar voren waar nog terrein te winnen valt:

- Bestaande netwerken kunnen beter aan elkaar gekoppeld worden;
- Er ontbreekt een integrale aanpak waarbij alle aspecten van ondernemerschap aandacht krijgen.

Ook in het door onderzoeksbureau SEO uitgevoerde onderzoek naar het generiek instrumentarium voor ondersteuning van de cultuursector¹ komen knelpunten naar voren:

- Subsidies vormen een belangrijke bron van financiering, die de behoefte aan andere financieringsbronnen vaak wegneemt. De weg is nog niet gevonden naar financiering uit de markt en naar instrumenten van de rijksoverheid gericht op het aanboren van financiering;
- Een aantal organisaties in de cultuursector ervaart drempels om naar een bank te stappen en ondernemingsplannen te schrijven. Daarnaast spreken banken niet altijd de taal van de culturele ondernemer;
- Nieuw instrumentarium is niet altijd geschikt, enige vorm van onderpand is voor een bank of garantie nodig.

Acties

Versterken van ondernemerschap bij individuele creatieve makers en kleine instellingen

Voor ondersteuning van kleine culturele instellingen² en individuele kunstenaars en creatieve makers (zzp'ers) op het gebied van ondernemerschap wordt een opdracht aan de stichting Cultuur-Ondernemen gegeven om een specifiek pakket aan activiteiten uit te voeren. Deze activiteiten moeten zich richten op:

- trainingen;
- advies en begeleiding;
- deelprogramma's gericht op marktverruiming, governance, verruiming van financiële mogelijkheden en de ontwikkeling & verspreiding van kennis over ondernemerschap.

De activiteiten mogen niet marktverstrend werken op bijvoorbeeld de dienstverlening van de Kamers van Koophandel of commerciële advies- en coachingsbureaus. Daarnaast moet er bij de uitvoering van de activiteiten gebruik worden gemaakt van de al bestaande netwerken voor individuele kunstenaars en creatieve makers.

Vanuit de internetconsultatie komen de volgende thema's en onderwerpen naar voren die zullen worden meegenomen bij het uitschrijven van de opdracht:

- aandacht voor visie, missie en strategie;
- aandacht voor lange termijn investering en positionering;
- aandacht voor stabiele financieringsmix en het zoeken naar mogelijkheden tot samenwerking en versterking;
- aandacht voor bedrijfsvoering, samenwerking en out of the box denken;
- aandacht voor nieuwe verdienmodellen, nieuwe vormen van financiering (waaronder leengeld en earned income);

¹ Cultuur naar vermogen, SEO Economisch Onderzoek, 2010

² Zie definitie in voetnoot 8

- aandacht voor acquisitie, vraagarticulatie, duurzame communicatie met doelgroepen en netwerken;
- kruisbestuiving met creatieve industrie.

Deze opdracht richt zich op 2013 en 2014. Na een evaluatie wordt bepaald of de opdracht wordt verlengd en of bijstellen van het programma nodig is.

Leiderschapsprogramma Cultuursector

Een investering in de kwaliteit van het leiderschap in cultureel Nederland is een investering in de toekomst van de culturele sector. Ik lever een bijdrage aan het opzetten van een leiderschapsprogramma. Een eerste verkenning maakt duidelijk dat de behoefte en het draagvlak voor een dergelijk programma binnen de culturele sector groot is. Het programma moet zich richten op talentvolle, veelbelovende managers van instellingen (uit de verschillende cultuurdisciplines) die zich door deelname competenties eigen maken, waarmee zij de culturele leiders van morgen kunnen worden. Het belangrijkste doel van het leiderschapsprogramma is een nieuwe generatie directeuren zodanig op te leiden dat zij kunnen bijdragen aan het succesvol functioneren van culturele instellingen en daarmee de culturele sector versterken. Hierbij komt er een nadruk te liggen op ondernemerschap, visieontwikkeling, persoonlijke effectiviteit en praktische vaardigheden (onder andere op zakelijk gebied en governance).

Uit de internetconsultatie komen de volgende aanvullende thema's naar voren:

- het conceptualiseren en uitvoeren van een strategische visie op de toekomst
- het verkrijgen van een financiële kennisbasis
- het vergroten van samenwerking en omgevingsbewustzijn
- het omgaan met het spanningsveld zakelijk – artistiek en duo leiderschap
- het uitvoeren van goed werkgeverschap
- het balanceren tussen de culturele identiteit en de economische en politieke context

Het leiderschapsprogramma is bedoeld voor culturele professionals met management ervaring: personen die al directeur van een instelling zijn, maar ook personen die het nog moeten worden (en die bijvoorbeeld net onder directieniveau werken of elders managementervaring hebben opgedaan). Het gaat hierbij in eerste instantie om instellingen in de basisinfrastructuur en instellingen die meerjarig gefinancierd worden door de andere overheden of publieke cultuurfondsen. Het programma, in de vorm van een intensief traject van een jaar, is bedoeld voor 10 tot 15 deelnemers per jaar. Om deel te nemen wordt van de deelnemers een eigen bijdrage verwacht. In eerste instantie wordt het leiderschapsprogramma uitgevoerd voor 4 achtereenvolgende jaren. Het programma zal bestaan uit een collectief deel (zoals bijeenkomsten, trainingsdagen, intervisie) en een individueel deel (waaronder een stage, coaching, bijscholing). Daarbij zal nadruk komen liggen op het «voorbeeldfunctie»-principe: de voorgaande lichter draagt bij aan de opleiding van de daaropvolgende lichter. Zo wordt ook het netwerk binnen deze nieuwe leiders versterkt en de mobiliteit in de cultuursector gestimuleerd.

Naast het «voorbeeldfunctie»-principe volgen uit de internetconsultatie de volgende methoden om het netwerkperspectief te versterken:

- versterk het netwerk door je te richten op een multi-disciplinaire samenstelling;
- organiseer «Action Learning»-bijeenkomsten voor oud-deelnemers.

De uitvoering van het leiderschapsprogramma wordt opengesteld met een openbare aanbesteding. Dit programma zal van start gaan in de eerste helft van 2013.

3. Onderzoek & monitor

Om het ondernemerschap in de cultuursector te versterken, is het vergaren van kennis en expertise en het opbouwen van netwerken van groot belang. Hoewel ik dit primair als een taak van de branche beschouw, wil ik met een aantal specifieke acties en vanuit een ondersteunende rol, hier een bijdrage aan leveren. Het gaat hierbij om het zelf opzetten van gericht onderzoek en om het volgen en monitoren van onderzoek van derden.

Acties

Onderzoeksprogramma naar de sociaalpsychologische en financiële aspecten van cultuurmecenaat

Naast de jaarlijkse monitor van de cultuursector en het cultuurbeleid in de vorm van de publicatie Cultuur in Beeld, stel ik een onderzoeksprogramma op dat zich specifiek richt op vergroting en verbreding van de kennisbasis op cultureel fiscaal gebied. Geven is een sociologisch fenomeen dat fiscaal wordt ondersteund. Kennis hierover is van belang voor onder andere de cultuursector, de private sector, overige betrokkenen en het ministerie van OCW. Het gaat dan vooral om het vergroten van de kennis van de bestaande (fiscale) mogelijkheden binnen het cultuurmecenaat. Het onderzoeksprogramma gaat in 2013 van start.

Monitor ondernemerschap BIS en instellingen cultuurfondsen

Ik zal de instellingen die subsidie krijgen in de BIS en bij de cultuurfondsen gedurende 2013–2016 volgen op het gebied van ondernemerschap. Ik voldoe hiermee ook aan de wens van de Raad voor Cultuur om te voorzien in een analyse van de ontwikkelingen op het terrein van ondernemerschap. De kennis die deze monitor oplevert, komt ten goede aan beleidsvorming van het ministerie van OCW. Ook dient het als onderwerp voor afstemming van acties met de brancheverenigingen.

Onderzoek invloed economische situatie

Ik volg, zoals toegezegd in reactie op de motie van het lid Noten van de Eerste Kamer, de invloed van de economische situatie op de cultuursector. Daarbij zal ik de verschillende ontwikkelingen in de cultuursector, zoals de prijs-, publieks- en financieringsontwikkelingen periodiek gaan monitoren. Deze informatie is belangrijk voor de beleidsvorming en de ontwikkelingen in de cultuursector. Ik streef bij het uitvoeren van dit onderzoek dan ook naar zoveel mogelijk samenwerking met de sector. Ik zal u na de zomer informeren over de eerste resultaten, in de publicatie Cultuur in Beeld.

Tijdslijn

Het programma Ondernemerschap start in het 2^e kwartaal van 2012 en eindigt in het 4^e kwartaal van 2016. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste startmomenten:

2012	Acties
2e kwartaal	Start communicatie Geven aan Cultuur
3e kwartaal	Terugkoppeling eerste resultaten onderzoek invloed economische situatie in Cultuur in Beeld
2013	Acties
1e kwartaal	Start Steunpunt Cultuurmecenaat Start programma Cultuur-Ondernemen 2013/2014
2 ^e kwartaal	Start Leiderschapsprogramma
3e kwartaal	Start Onderzoeksprogramma Cultuurmecenaat
2014	Acties
1e kwartaal	Monitoring ondernemerschap BIS

Budget

Budget (x € 1 miljoen)	2013	2014	2015	2016
Versterken ondernemerschap individuele creatieve makers (ZZP'ers) & kleine instellingen ¹	1,575	1,575	(1,575)	(1,575)
Makelaarsfunctie Cultuurmecenaat	0,9	0,9	0,9	0,9
Leiderschapsprogramma Cultuursector	0,8	0,8	0,8	0,8
Onderzoek & monitor	0,125	0,125	0,125	0,125

¹ Op basis van een evaluatie wordt bepaald of voor 2015 en 2016 de opdracht wordt verlengd of bijgesteld.

De middelen voor het programma Ondernemerschap bedragen € 3,4 miljoen per jaar. Deze staan op de OCW begroting. In bovenstaande tabel staat de inzet per actie weergegeven.

De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
H. Zijlstra