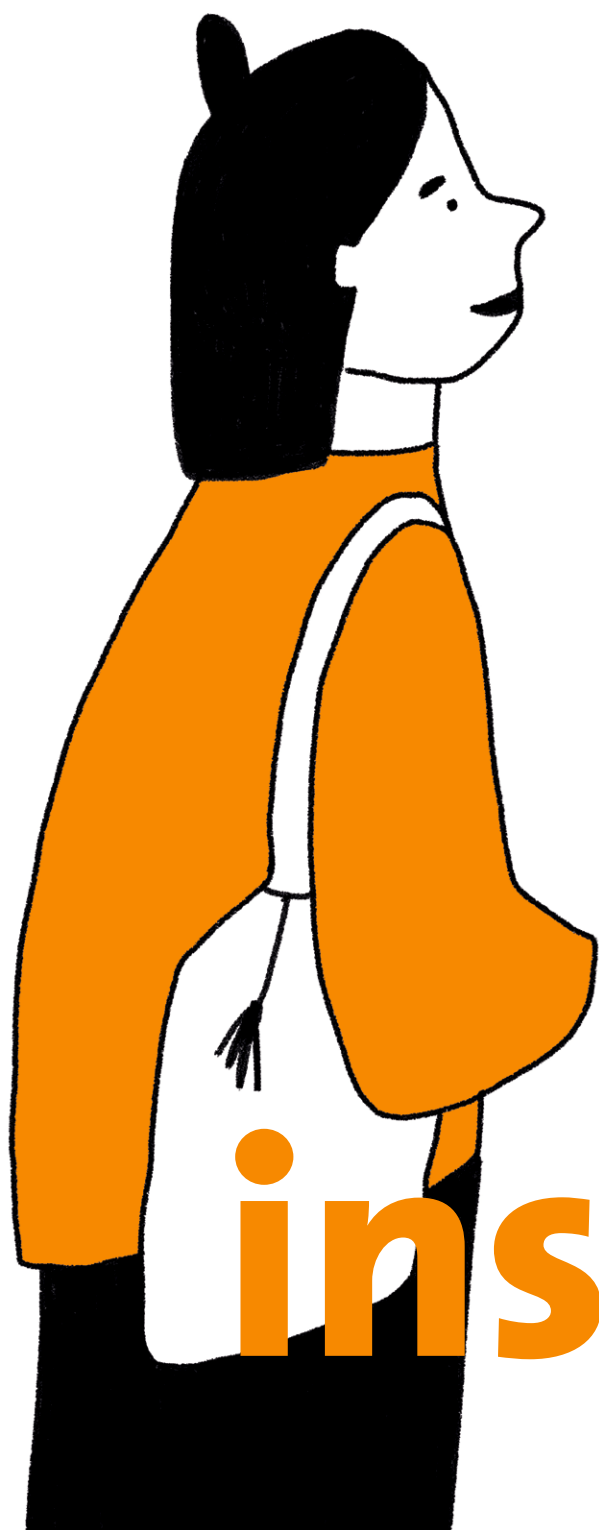


P+

SPECIAL

Jaargang 17
Week 18 | 2019

Impact van de culturele sector



Het meten van
inspiratie

Inspiratie kun je meten

De culturele sector staat wat huiverig tegenover metingen. Is het maken van een theaterstuk of een beeld niet een individuele expressie? Zeker. Maar hoe beleefden de bezoekers dit? Waren ze onder de indruk? Voelden ze zich gelukkig? Leverde de tentoonstelling inspiratie op? Voor hoe lang? Gingen mensen na een bezoek anders met elkaar om? Het Impact Centre Erasmus kan deze impact wel degelijk meten. Zulke cijfers kunnen zelfs aantoonbaar bijdragen aan de verrijking van mens en maatschappij.

De culturele sector creëert meerdere waarden. Cultuur-historische. Economische. Maar ook sociale. Zo kunnen mensen door het bezoeken van een tentoonstelling geïnspireerd raken of zich gelukkig voelen. Daarnaast heeft cultuur de kracht om een gevoel van (collectieve) identiteit te stimuleren en bewustzijn over andere culturen te vergroten. Er zijn zelfs wetenschappers en culturele professionals die vinden dat cultuurparticipatie leidt tot sociale inclusie en cohesie en tot een toename in de kwaliteit van leven. Dit betekent dat culturele organisaties en initiatieven bijdragen aan de betekenis-economie. Zij hebben dus de poten-

tie sociaal maatschappelijke impact te maken. Maar dit staat nog niet bij iedereen op het netvlies.

Cultuur wordt in toenemende mate gezien als een instrument om maatschappelijke vraagstukken op te lossen. Zo schreef minister Jet Bussemaker (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) in 2013 dat 'cultuur onderdeel is van een maatschappelijke agenda'. Meerdere provincies volgden met vergelijkbare uitgangspunten. Zo staat in het cultuurbeleid 2017-2020 van de provincie Overijssel dat cultuur een belangrijke 'verbingsfactor' is. Het cultuurbeleid 2017-2020 van de provincie Noord-

Holland betoogt dat cultuur belangrijk is voor 'de leefbaarheid en identiteit' van de provincie. In de cultuuragenda van Noord-Brabant voor 2020 staat dat cultuur 'verbindt' en 'identiteit versterkt'.

Op provinciaal niveau blijft het niet bij beleid alleen. Een voorbeeld hiervan is Brabant C, het Brabantse investeringsfonds voor kunst en cultuurprojecten dat zich wil gaan richten op impactfinanciering. Kunstloc, het Brabantse expertisecentrum voor cultuur en uitvoeringsorganisatie van de provincie, ziet de noodzaak in van maatschappelijke impact en zelfs het meten van deze impact.

Overheden en daaraan gekoppelde overheidsfondsen en uitvoeringsorganisaties zijn niet de enige financiers van de culturele sector die zich richten op de potentie van cultuur en de sociale impact die hiermee gemaakt kan worden. Particuliere (vermogens)fondsen en (corporate) foundations, zoals onder andere VSB fonds, Fonds 21 en Stichting DOEN, zijn hier ook in steeds meer mee begaan.

Veel (grotere) culturele organisaties en initiatieven onderschrijven hun maatschappelijke rol door deze expliciet in hun mission statement op te nemen. Zo is de missie van het Van Gogh Museum in Amsterdam om het werk en het leven van Vincent van Gogh 'toegankelijk' te maken, om zoveel mogelijk mensen hiermee te 'verrijken' en te 'inspireren'. Het Rijksmuseum wil dat kunst en geschiedenis 'betekenis krijgt' voor een breed samengesteld en hedendaags publiek. De Deventer Schouwburg schrijft onder andere dat samen naar theater kijken of samen theater maken 'geluksgevoel' geeft en mensen met elkaar 'verbindt'.

Ook kleinere initiatieven beschrijven hun doelen als sociale waarden. Zo hebben theater-



Wat zijn de eerste ervaringen met impactmetingen?

Het Van Gogh Museum wil via impactonderzoek betere keuzes kunnen maken, meer geld en energie besteden aan de juiste initiatieven met meer bereik en maatschappelijk impact. “Wij geven onder andere lessen op scholen in focuswijken, omdat we vanuit onze missie vinden dat elk kind ongeacht de thuissituatie recht heeft om Van Gogh te kennen. Door impactonderzoek weten we nu dat de ervaring nog weken daarna beklift bij de kinderen. De investering is dus niet alleen vanuit onze ideële missie de moeite waard, maar we kunnen ook bewijzen dat we een wezenlijke bijdrage leveren aan de ontwikkeling van deze kinderen”, aldus Marthe de Vet. Impact metingen worden eveneens gebruikt in relatie tot het programma ‘Van Gogh verbindt’.

Braenworks Academy wil een creatieve revolutie ontketenen onder creatieve makers: van enkel bezig zijn met hun passie naar een vergroot bewustzijn over de zakelijke aspecten van hun industrie, om hen zo economisch succesvoller en onafhankelijker te maken. Hier is een duurzame gedragsverandering voor nodig. “Het meten van onze effecten op de deelnemers is belangrijk om te weten hoe we maximale impact kunnen behalen”, licht Karin Müller, co-founder, toe. “Onze programma’s worden er inhoudelijk beter van en het feit dat we kritisch onderzoeken wat het effect van onze interventies is, zorgt voor vertrouwen bij onze afnemers en stakeholders.”



“Sociaal maatschappelijke impact meten biedt kansen voor de culturele sector”

➤ makers van Festival Cement een impactproeftuin opgezet om zich verder te verdiepen in de sociale impact van hun artistieke creaties. Ook Braenworks Academy, een business school voor creatieven, wil met haar educatieprogramma een significant verschil maken in het leven van de deelnemers. Al met al kun je concluderen dat veel publieke en private financiers, culturele organisaties en initiatieven zich bewust zijn van de sociale waarde van cultuur. Echter, inzien dat cultuur een sociale potentie heeft is iets anders dan dit te laten zien. Het kiezen van een missie is makkelijker dan het aantonen van de daadwerkelijk gegenereerde sociale impact. De eindrapportage van bevindingen van het stimulerings- en onderzoeksprogramma ‘The art of impact’ getuigt hiervan. In deze rapportage aan culturele publieksfondsen en OCW stond geschreven dat impact zich niet goed laat voorspellen en meten. Deze overtuiging komt vaak voor. Maar is dit wel zo? Impact Centre Erasmus stelt dat het wel kan: meten.

Impact meten roept ook weerstand in de culturele sector op. Johan Kolsteeg, assistant professor Cultureel Ondernemerschap en Cultureel Leiderschap aan de Rijksuniversiteit Groningen, betoogt dat meer duidelijkheid

moet komen over wat het populaire begrip ‘impact’ inhoudt. Door de vele betekenissen en interpretaties is het ook een verwarrend discours. De meeste (kleine) organisaties kennen het begrip maatschappelijke impact niet, cultuurinitiatieven komen vanuit een intrinsieke behoefte en drive. Voor veel culturele organisaties staat impact meten daar haaks op. Gebrek aan kennis kan tot weerstand leiden. Andries van den Broek, senior wetenschappelijk medewerker bij Sociaal Cultureel Planbureau, legt uit: “Ik zie niet op voorhand louter een voordeel van impact meten, maar ook een mogelijk afbreukrisico. Uit metingen zou kunnen blijken dat de impact helemaal niet zo groot is.” Er zijn ook andere geluiden. Janica Kleiman vindt dat het in beeld brengen van impact een culturele organisatie juist kan versterken. Kleiman heeft ervaring als fondsenwerver, bestuursadviseur, beleidsadviseur en bestuurslid in de culturele sector. Ze zegt: “Onderbouwing van de impact van culturele activiteiten kan ertoe leiden dat er een sterker verhaal ontstaat richting potentiële sponsors en andere financiers. Daarmee verruim je de financieringsmix van culturele organisaties, die nu vooral afhankelijk zijn van overheids-subsidies.”

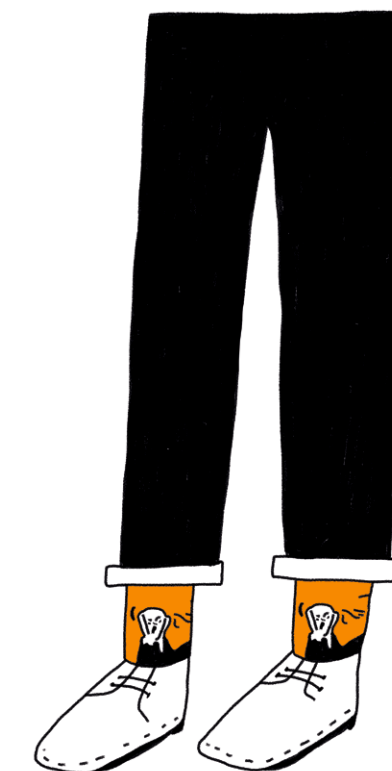
Het is ook weer niet zo dat de culturele sector helemaal niets van getallen moet hebben. Veel culturele organisaties en initiatieven meten en monitoren veelal kwantiteiten, zoals zoekersaantallen, omzet, bereik en publiciteit. Maatschappelijke impact is echter meer dan deze output. Impact meten is een instrument dat culturele organisaties inzicht geeft in de behaalde beoogde én niet-beoogde resultaten. “Cultuurmakers en instellingen beseffen zich niet altijd welke (maatschappelijke) effecten ze nog meer realiseren. Ze nemen dat niet altijd in hun scope mee. Daar ligt potentieel om te benutten”, zo beoogt Alexander Ramselaar, verbonden aan Cultuur + Ondernemen, het kennisplatform voor ondernemerschap in de culturele sector. Daarnaast kunnen impactmetingen inzicht geven in hoe deze impact wordt bereikt. Hebben we bereikt wat we wilden bereiken? Waarom wel of niet? Moeten we onze programmering aanpassen? Deze antwoorden helpen strategischer te sturen op de beoogde impact. Quirijn van den Hoogen, universitair docent kunstsociologie en kunstbeleid aan de Rijksuniversiteit Groningen, onderschrijft dit. “Het belangrijkste voordeel is dat een culturele instelling de eigen organisatie beter kan sturen. Dat moet de drijfveer zijn voor het meten

“Het beleven van cultuur draait om effecten zoals zingeving, inspiratie en betekenisgeving”

van maatschappelijke impact. Externe verantwoording is een daarvan afgeleid motief.” Er zijn voorbeelden van culturele organisaties die deze drijfveer al praktisch hebben gemaakt. Zo wil Lidy Lathouwers, directeur van de culturele koepelorganisatie Uit in Eindhoven, impactonderzoek graag als lange termijn instrument inbedden in het beleid. “Onze inspanningen zijn erop gericht een brug te slaan tussen cultuurorganisaties en publiek”, legt zij uit. “Wij denken met kennis van impact culturele organisaties van dienst te zijn én het maakt ons een betere gesprekspartner met onze omgeving.” Daarmee bedoelt zij het bedrijfsleven, de overheid en burgers van Eindhoven. Ook het Van Gogh Museum herkent de leerpotentie van impactmetingen. Marthe de Vet, hoofd Educatie & Interpretatie, zegt hardop dat het Van Gogh Museum relevant wil blijven in een veranderende wereld. “Daarom willen we ook goed meten en begrijpen wat onze maatschappelijke impact is, zodat we waar nodig ook veranderingen kunnen doorvoeren om relevant te blijven.”

In de praktijk zien ook financiers impactmeting als een kans om te leren. Tim Roelvelde, manager financiën en bedrijfsvoering bij Fonds 21: “Wij stimuleren impact meten zodat de gesteunde initiatieven door de impactmeting worden uitgedaagd om in dialoog te gaan over hoe de activiteiten verbeterd kunnen worden.” Ook Stichting DOEN ziet de waarde van impact als een kans om hiervan te leren. “Het startpunt bij ons is radicale verbeelding”, zegt Merel Oord, programmamanager bij DOEN. “Wij financieren kunst- en cultuurinitiatieven die midden in de maatschappij staan en onze wereld kritisch bevragen. Samen met onze partners leren we van de veranderingen die zij teweegbrengen en hoe deze bijdragen aan het versnellen van transities. Daarnaast is het voor ons belangrijk om hier over te communiceren.” Filip Vermeylen, professor of Global Art Markets aan de Erasmus Universiteit, betoogt dat er draagvlak te vinden is om impact meten op te pakken, maar dat de middelen en expertise vaak ontbreken. Warner Werkhoven, senior adviseur bij Kunstloc, experimenteert met

impact meten met diverse culturele organisaties om zo tot een gemeenschappelijke aanpak te komen. Hij signaleert: “In de culturele sector, maar ook bij overheden, heerst soms de opvatting dat je de impact van kunst en sociaal-artistieke interventies niet kan meten of dat het erg ingewikkeld en duur is.” Voor veel (kleinere) organisaties is het een administratieve opgave om rond te komen. Maar juist als geld schaars is, wil je graag weten of de financiën goed besteed zijn. Dat een klein budget geen probleem hoeft te zijn, laat Corrie Vermeulen, directeur van de stichting Paulo Freire, zien. Deze stichting richt zich op algemeen vormend onderwijs voor kinderen uit onbemiddelde gezinnen waarbinnen culturele vorming belangrijk is. Vermeulen heeft een verandertheorie van haar stichting opgesteld waardoor zij een meetmethode heeft kunnen ontwikkelen. Dit is een voorbeeld van hoe een relatief kleine organisatie groot kan zijn in innovatief impact denken en meten. Naast financiële capaciteit speelt gebrek aan kennis een belangrijke rol. Wat en hoe ga je precies meten? “De uitdaging ligt in het meetbaar maken en



het betekenis geven aan de uitkomsten”, vindt Fleur Howes Smith, medewerker Data & Insights van het Rijksmuseum. Zij betoogt dat “het bundelen van krachten met andere vergelijkbare instellingen nuttig kan zijn. Instellingen met dezelfde maatschappelijke doelen, kunnen gezamenlijk meer impact genereren dan als individuele organisatie.”

Een rondje in de cultuursector toont dus aan dat diverse spelers de sociale waarde van cultuur onderschrijven. Het belang van impact meten wordt echter nog niet breed gedragen. En impact meten wordt nog slechts sporadisch geïmplementeerd. Hoe nu verder? Ten eerste moet er meer inzicht komen in wat ‘sociale impact’ van en voor de culturele sector omvat. Er is veel verwarring over de betekenis en het belang hiervan. Ten tweede zien culturele organisaties nog vaak een afbreukrisico van impactmetingen. We moeten dan weg van de gedachte dat meten enkel voor verantwoording nuttig is. Het is juist een instrument dat verder kan helpen omdat de leeropbrengsten het mogelijk maken strategisch te sturen op beoogde resultaten. Hiermee kunnen culturele organisaties hun positie versterken. Deze kennis en bewustwording is nodig als we willen dat het culturele veld ook zelf impact meten gaat ambiëren. Tegelijkertijd is het belangrijk uniformiteit in meetmethoden te stimuleren zodat culturele organisaties minder verdwaald raken in het bos van impact meten. In deze benodigde stappen zien wij een belangrijke rol weggelegd voor academici, koplopers en financiers. Laten wij samen aantonen dat impact meten de culturele sector kan versterken. ■

Website

+ Impact Centre Erasmus

-
- + TEKST MARJELLE VERMEULEN MA EN JACQUELINE SCHEIDSBACH MBA
- + ILLUSTRATIES ELINE VELDHIJSEN
- + ART DIRECTION BUREAU BOUDEWIJN BOER EN STUDIO 10
- + UITGEVERIJ ATTICUS BY
- + WWW.P-PLUS.NL

Dank aan de diverse organisaties en mensen die hebben bijgedragen aan dit artikel.