

An abstract graphic featuring a series of vertical yellow lines of increasing height on the left, transitioning into a series of curved lines in yellow, teal, purple, and pink that flow across the middle. A large teal circle is positioned on the right side. The background is white, and the entire graphic is set against a yellow horizontal bar at the bottom.

# DIGITAAL DNA

**HOE KUNNEN ORGANISATIES IN DE  
CULTUURSECTOR DOOR DIGITALE INNOVATIE  
NIEUWE VERDIENMODELLEN ONTDEKKEN EN  
ONTWIKKELEN?**

# INHOUD

**03** ..... INLEIDING

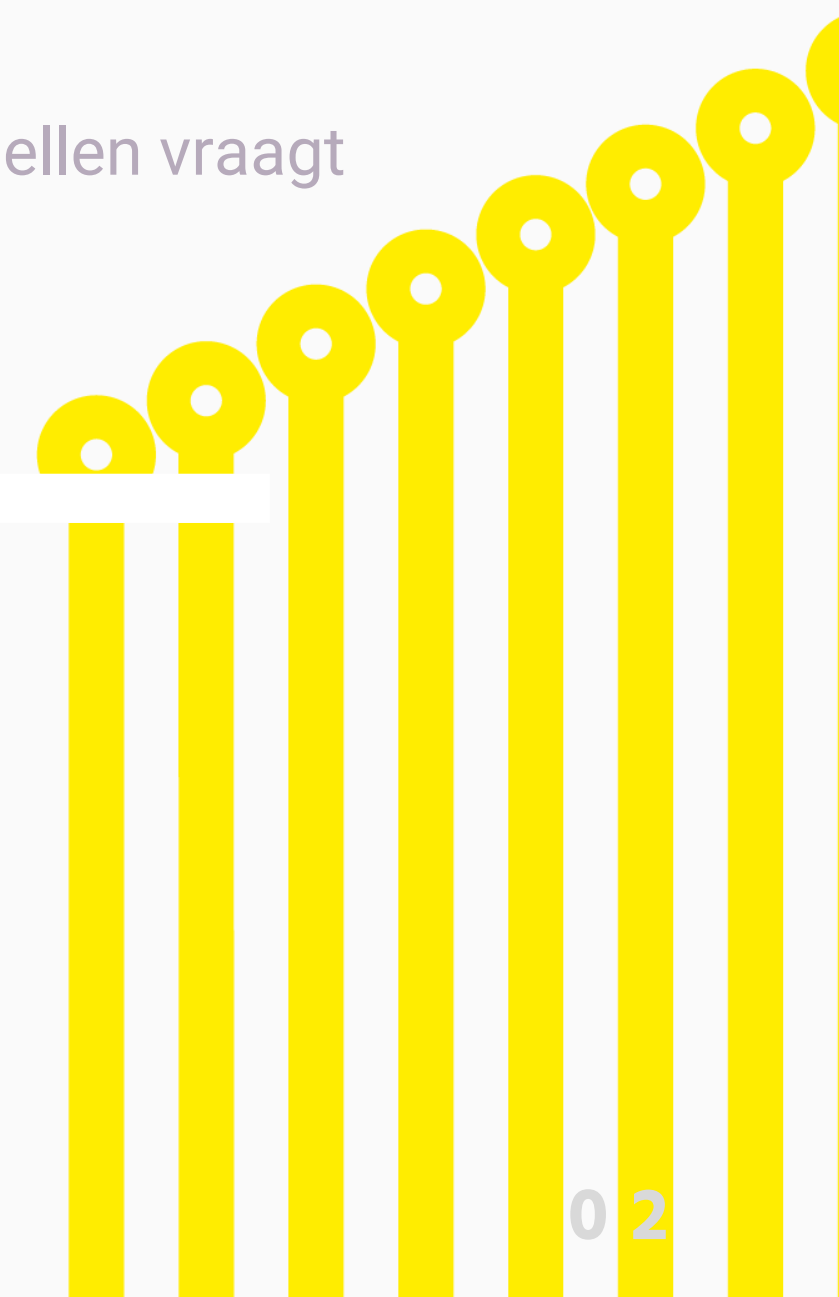
**06** ..... INZICHTEN

07 ..... INZICHT 1 : De cultuursector is net gestart met het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen

10 ..... INZICHT 2 : Voorbeelden van binnen en buiten de sector vormen een inspirerend startpunt

15 ..... INZICHT 3 : Ontwikkelen van digitale verdienmodellen vraagt een samenhangende aanpak

**18** ..... OPROEP



## Digitale innovatie kan bijdragen aan het ontdekken en ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen in de cultuursector.

De cultuursector levert een belangrijke artistieke, maatschappelijke én economische bijdrage aan onze samenleving. De cultuursector vertelt verhalen over onze omgeving, laat ons met andere ogen naar onze wereld kijken en daagt onze verbeeldingskracht uit. De cultuursector is bovendien goed voor een bijdrage van 4% aan het Bruto Nationaal Product. Elke dag zijn organisaties en individuen in de sector op zoek naar manieren om hun ideeën te verwezenlijken. Er is een duidelijke noodzaak voor de ontwikkeling van verdienmodellen, waarbij het gaat om het vergroten van het aanbod, het bereik, de impact én de inkomsten. Digitalisering kan hieraan bijdragen.

Dat gaat verder dan het digitaal beschikbaar maken van cultureel en artistiek aanbod. Door digitale technologie is het mogelijk om nieuw aanbod te maken, om nieuwe doelgroepen te bereiken, om de impact te vergroten én om nieuwe inkomsten te genereren. Dit vraagt om de ontwikkeling van meer digitaal DNA in de sector. De noodzaak daarvoor is door COVID-19 alleen maar groter geworden.

### Verdienmodel

Een verdienmodel gaat over veel meer dan alleen over geld verdienen. Hoe zorg je ervoor dat je een zo groot en breed mogelijk publiek op een betekenisvolle manier bereikt én hoe zorg je ervoor dat je dit op een economisch duurzame manier kunt doen. Voor organisaties in de cultuursector gaat het verdienmodel over het vergroten van het aanbod, het bereik, de impact én de inkomsten.

Wij hebben er in dit project bewust voor gekozen om voor de term verdienmodel een definitie te hanteren die niet alleen gaat over het vergroten van inkomsten, maar juist ook over het vergroten van aanbod, impact en inkomsten.



**Titia Haaxma**  
Directeur-bestuurder  
Cultuur+Ondernemen

“De COVID-19 crisis heeft de ogen van iedereen in de sector geopend wat betreft digitale innovatie. Maar wil je slagen, dan moet je er echt voor gaan! Met je gewicht erachter staan; tijd en geld investeren. Ik ben ontzettend benieuwd wat dat voor mooie en spannende nieuwe dingen gaat opleveren.”

## **Digitaal DNA is een initiatief voor en met de cultuursector**

Cultuur+Ondernemen, DEN en New Nodes zijn eind 2019 gestart met het initiatief Digitaal DNA. Daarin werken we samen met organisaties uit de cultuursector aan instrumenten die organisaties helpen om zelf nieuwe verdienmodellen te ontdekken en ontwikkelen, gebruikmakend van digitale technologie. In vier bijeenkomsten - deels live, deels online - hebben we met medewerkers van ruim twintig organisaties uit de sector van gedachten gewisseld over de kansen die digitale technologie biedt voor het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen en wat organisaties hier zelf in kunnen doen.

## **Dit document bevat de resultaten van het initiatief Digitaal DNA**

De bijeenkomsten en gesprekken hebben geleid tot een aantal inzichten over het digitaal DNA van de cultuursector. In dit document delen we deze inzichten en geven we organisaties in de cultuursector concrete tips om zelf te starten met het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen.

## **Inzichten uit Digitaal DNA**

1. De cultuursector is net gestart met het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen.
2. Voorbeelden van binnen en buiten de sector vormen een inspirerend startpunt.
3. Ontwikkelen van digitale verdienmodellen vraagt een samenhangende aanpak.

## **Aanbevelingen voor organisaties in de cultuursector**

1. Starten met werken aan digitale volwassenheid.
2. Start met inspiratie.
3. Organiseer de vernieuwing.
4. Leer en deel als cultuursector.



**Maarten Kuiper**  
Partner New Nodes

“Dat digitale innovatie kan helpen om nieuwe verdienmodellen in de cultuursector te ontwikkelen staat voor mij vast. Er is geen eenvoudig stappenplan dat leidt tot gegarandeerd succes. Innovatie met digitale technologie vraagt - net als andere vormen van innovatie - om een duidelijke visie, lef en hard werken.”

## **We roepen organisaties in de cultuursector op om te starten met experimenten en initiatieven.**

De opbrengsten van Digitaal DNA geven organisaties in de cultuursector hopelijk de inspiratie en een startpunt om zelf aan de slag te gaan met het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen. Hoe meer individuen en organisaties in de sector dit doen hoe sneller de sector leert en resultaten zichtbaar zijn. We roepen organisaties in de cultuursector dus op: bedenk een plan, maak tijd en ga aan de slag! Maak aanbod digitaal beschikbaar, experimenteer met verschillende manieren om publiek te bereiken en laten betalen, maak gebruik van bestaande platforms om nieuwe doelgroepen te bereiken. En deel je ervaringen!



**Maaike Verberk**  
Algemeen directeur  
DEN

"Digitale innovatie kan nieuwe verdienmodellen opleveren als de digitale mogelijkheden iets toevoegen aan de fysieke beleving van kunst door het brede publiek. Dit is niet eenvoudig en daarom waardevol om in samenwerkingsverband te onderzoeken. Want COVID-19 kan ook een blik in de toekomst zijn waar een groot deel van het publiek de voorkeur geeft aan meer keuzemogelijkheden om fysiek of juist digitaal bepaald aanbod of bepaalde verhalen te ervaren."

### **DEEL JE ERVARINGEN!**

Leren doe je niet alleen! Onderneemt jouw organisatie concrete initiatieven om nieuwe verdienmodellen te ontwikkelen met behulp van digitale technologie? Laat het ons weten via [dit formulier](#). Op deze manier kunnen we initiatieven volgen, ondersteunen en delen.

01

**De cultuursector is net gestart met het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen**

02

**Voorbeelden van binnen en buiten de sector vormen een inspirerend startpunt**

03

**Ontwikkelen van digitale verdienmodellen vraagt een samenhangende aanpak**

# 01

## "DE CULTUURSECTOR IS NET GESTART MET HET ONTDEKKEN EN ONTWIKKELEN VAN DIGITALE VERDIENMODELLEN"

Voor veel organisaties en individuen in de cultuursector roepen de begrippen "digitaal" en "verdienmodel" meer vragen op dan enthousiasme. En dat is niet zo vreemd. Bij verdienmodellen denken mensen vaak aan het vergroten van inkomsten. En hoewel dat ook voor culturele organisaties een belangrijk onderdeel is van een verdienmodel, gaat het ook over andere vragen.

Hoe zorg je ervoor dat je een zo groot en breed mogelijk publiek op een betekenisvolle manier bereikt én hoe zorg je ervoor dat je dit op een economisch duurzame manier doet? Voor organisaties in de cultuursector gaat het verdienmodel over het vergroten van het aanbod, het bereik, de impact én de inkomsten.

### DIGITALE INNOVATIE

1. Digitale innovatie is veel meer dan alleen het inzetten van nieuwe technologie.
2. Digitale innovatie gaat om het introduceren van nieuwe paradigma's, gedreven door technologie.
3. Nieuwe spelers hebben een voorsprong op gevestigde partijen.
4. Digitale innovaties laten zich slecht voorspellen.
5. Innovatie is hard werken: de technologie temmen en de waarde ervan benutten.

In het volgende overzicht zie je verschillende manieren waarop organisaties in de cultuursector digitale technologie kunnen inzetten om hun verdienmodel te verstevigen.

DOEL	VERGROTEN AANBOD	VERGROTEN BEREIK	VERGROTEN IMPACT	VERGROTEN INKOMSTEN
<b>Hoe kun je dat doel bereiken?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderling verbinden van collecties en aanbod</li> <li>• Aanvullende content ontwikkelen</li> <li>• Aanvullende diensten en producten ontwikkelen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergroten aantal bezoekers binnen huidige doelgroep</li> <li>• Nieuwe doelgroepen vinden en bereiken</li> <li>• Nieuwe kanalen benutten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bijdrage leveren maatschappelijk debat</li> <li>• Waardering en erkenning voor werk zichtbaar maken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opbrengsten via primair aanbod en aanvullende producten en diensten</li> <li>• Verkrijgen van bijdragen schenkers</li> <li>• Verkrijgen van bijdragen sponsors</li> <li>• Externe financiering</li> <li>• Subsidie</li> </ul>
<b>Hoe kan digitale technologie daaraan bijdragen?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Content digitaliseren</li> <li>2. Livestreamen van uitvoering</li> <li>3. Podcast</li> <li>4. Weblog</li> <li>5. Video</li> <li>6. Online educatieve content</li> <li>7. Online events</li> <li>8. Exclusieve online content</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Content publiceren op gratis platforms</li> <li>2. Content publiceren op eigen website</li> <li>3. Zoekmachine optimalisatie</li> <li>4. E-mail marketing</li> <li>5. Publiek-segmentatie</li> <li>6. Online advertising</li> <li>7. Customer Relationship Management</li> <li>8. Samenwerken met online kunst platforms voor online publicatie</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digitale inleiding op voorstelling</li> <li>2. Online discussie platform</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Online kaartverkoop</li> <li>2. Kaartverkoop van online events</li> <li>3. Online donaties accepteren</li> <li>4. Online verkoop van merchandise</li> <li>5. Crowdfunding</li> <li>6. Dynamische prijsbepaling</li> <li>7. Beheersen ticket doorverkoop</li> <li>8. Omzet via contentaanbod op andere platforms</li> </ol>

Tabel 1. inzet van digitale technologie in verschillende onderdelen van het verdienmodel





## Inzicht 1: werk actief aan digitale verdienmodellen, breed binnen de organisatie en sector.

Op dit moment is het werken aan digitale verdienmodellen in de cultuursector beperkt tot een klein aantal organisaties. De kennis en ervaring blijft hierdoor beperkt. De sector heeft er baat bij dat een groter aantal organisaties actief werkt aan digitale verdienmodellen, dat dit onderwerp breed binnen organisaties en binnen de sector op de agenda komt en dat ervaring hierover wordt gedeeld.

### ADVIES AAN ORGANISATIES EN INDIVIDUEN IN DE CULTUURSECTOR

- Maak een **bewuste keuze** als organisatie om tijd en aandacht te maken voor het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen. Spreek die ambitie uit en maak iemand verantwoordelijk.
- Zorg voor **breed draagvlak**. Betrek ook directie en bestuur, toezichthouders, makers en ondersteuners. Het verdienmodel gaat iedereen aan.
- Werk waar mogelijk **samen** met andere organisaties. Om investeringen in tijd en geld te delen en om kennis en ervaring te delen.

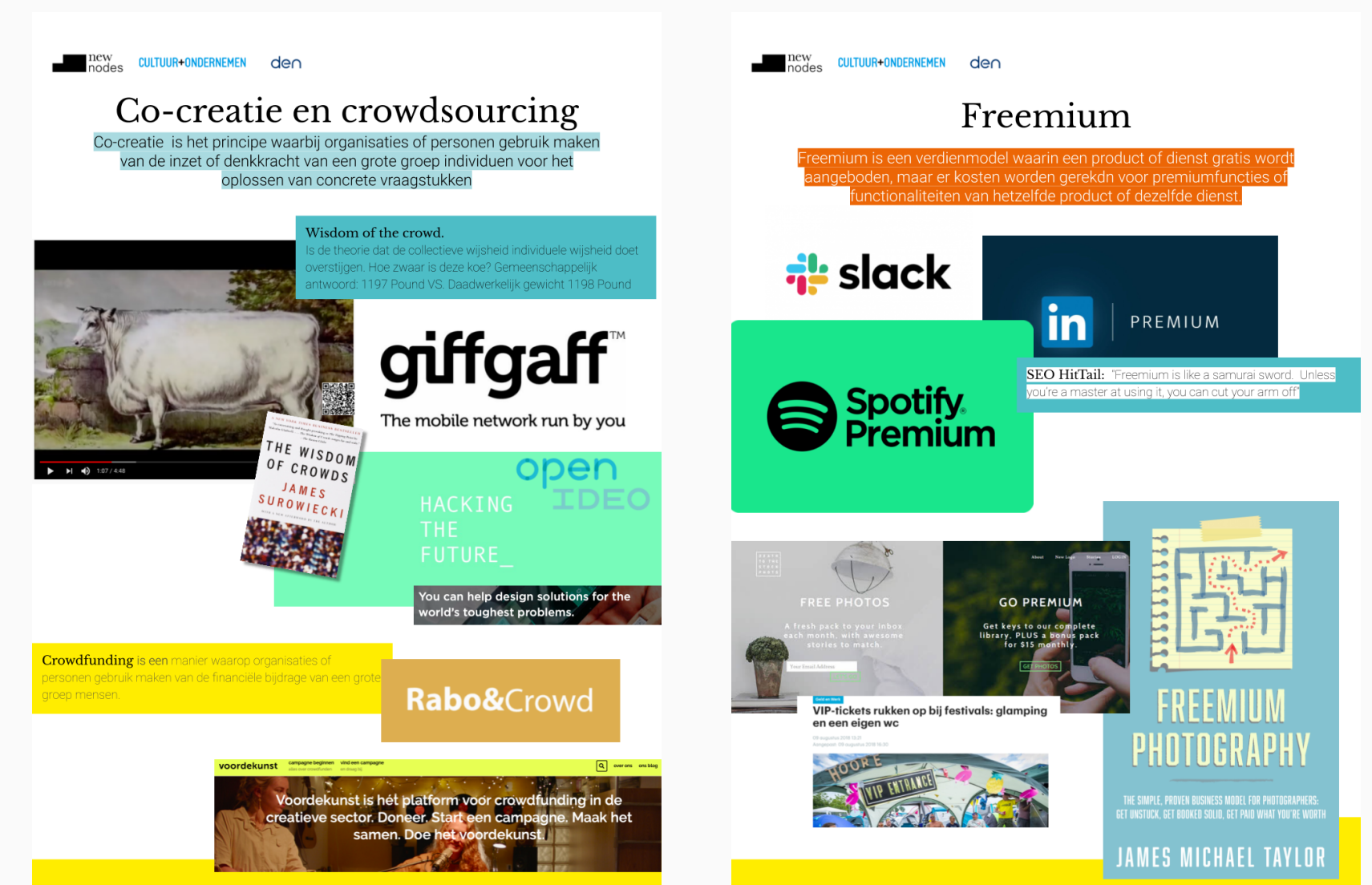
### WAT KUN JE MORGEN DOEN?

- Lees dit document, mail het naar collega's binnen en buiten je eigen organisatie en neem initiatief voor een afspraak om te bespreken hoe jullie hiermee aan de slag gaan. Gebruik deze voorbeeld **agenda** voor dit gesprek.
- Gebruik dit **kaartspel** om de bewustwording over de impact van digitalisering voor jouw organisatie te bespreken.
- Schrijf jezelf en collega's in voor één van de programma's in de **DEN Academie** over digitalisering, innovatie en transformatie. Of kijk op de websites van **DEN** en **Cultuur+Ondernemen** voor meer over de ontwikkeling van verdienmodellen, hoe deze te financieren en inspirerende voorbeelden.

# 02

## "VOORBEELDEN VAN BINNEN EN BUITEN DE SECTOR VORMEN EEN INSPIREREND STARTPUNT"

Een goed startpunt voor het ontwikkelen van digitale verdienmodellen zijn de inspirerende voorbeelden van binnen en buiten de cultuursector. Binnen het initiatief Digitaal DNA organiseerden we meerdere bijeenkomsten met deelnemers uit de cultuursector. Allen waren geïnteresseerd in de mogelijkheden van digitale technologie voor het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen.



Inspiratie bleek een goed startpunt voor het gesprek over digitale verdienmodellen. De eerste inspiratie vonden we door ons te verdiepen in vernieuwende digitale technologieën en deze te combineren met een aantal verdienmodellen.

hew nodes CULTUUR+ONDERNEMEN den

## Datagedreven

Datagedreven is werken op basis van feiten die verzameld worden in de vorm van data. Geanalyseerde en geïnterpreteerde data geeft ons een rijker, completer en betrouwbaarder beeld van de wereld. Zo kunnen meer gefundeerde beslissingen worden genomen.

Om te kijken hoe dit werkt, is het belangrijk om te weten dat data in verschillende vormen kan voorkomen. Het kan bijvoorbeeld in de vorm van tekst, audio, video of afbeeldingen zijn. Dit data wordt verzameld en geanalyseerd om nuttige informatie te verkrijgen.

**Big Data.** Is het verzamelen, combineren en analyseren van grote hoeveelheden data om te verklaren en te voorspellen.

**Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten (DIP)**

**OPEN STATE**

**Open data.** Is data die vanuit organisaties en overheden toegankelijk wordt gemaakt voor iedereen.

**hack.LOD**

**Linked open data...** Data wordt aangeboden op een manier waardoor makkelijker, zelfs automatisch, verbinding gelegd kan worden met andere data. Data wordt rijker en nuttiger.

In 1,5 jaar zijn er 346 Rembrandt-schilderingen geanalyseerd. In totaal werd 150 gigabyte aan beeld opgeslagen.

"The promise will be the most of the most about art and algorithms." theguardian

hew nodes CULTUUR+ONDERNEMEN den

## Subscription

Bij een subscriptionmodel betalen de gebruikers voor een (online) lidmaatschap. De gebruikers betalen bij een subscriptionmodel per periode voor het gebruiken van een online product of dienst. Omdat gebruikers niet in één keer alle kosten hoeven te betalen, is het verdienmodel laagdrempeliger bij de aanschaf.

**Mensen**

Toon alle werken voor €14,50 per maand

Toon alle werken voor €19,50 per maand

Toon alle werken voor €34,50 per maand

Toon alle werken voor €34,50 per maand

De beste concerten, exposities, voorstellingen en films bij jou in de buurt

**Cinetree**  
Films die langer blijven dan dat ze duren.  
€7,99 per maand.

hew nodes CULTUUR+ONDERNEMEN den

## Artificial Intelligence (AI)

Artificial Intelligence (AI) is het vermogen van computers om gegevens te interpreteren, hiervan te leren en om deze lessen vervolgens te gebruiken om: te handelen, problemen op te lossen of keuzes te maken.

Een van de eerste vormen van AI: Computer vs. schaakkampioen

**Voorspelling.** Rond 2022, weet onze mobiel meer over onze emotionele toestand dan onze eigen familie.

"Hi, I'm calling to book a women's haircut for a client."

"Artificial Intelligence enables me to quickly find related objects by using image search"

Discover our beta version

Daddy's Car: a song composed by Artificial Intelligence - in the style of the Beatles

hew nodes CULTUUR+ONDERNEMEN den

## Razor and blade

Razor and blade is een model waarbij een artikel tegen een lage prijs wordt verkocht (of gratis wordt aangeboden) om de verkoop van een aanvullend artikel te stimuleren.

**Gillette** is het klassieke voorbeeld. Het bedrijf verkoopt goedkope scheermeshouders om vervolgens voor lange tijd aanvullende producten tegen een hoge marge te verkopen.

Voor spelcomputer Xbox geldt dat alleen wordt verdient aan de verkoop van games, niet aan de hardware.

**ROTTERDAM UNLIMITED**  
ZOMERCARNAVAL  
27-28 JULI

hew nodes CULTUUR+ONDERNEMEN den

## Extended Reality

Extended Reality is de verzamelnaam voor Augmented reality (AR), virtual reality (VR) en mixed reality (MR), die allen de digitale wereld en de fysieke wereld samenbrengen.

**Augmented reality (AR)** voegt digitale informatie toe aan het hier-en-nu. Via een mobiel of headset wordt informatie over de echte wereld heen geplaatst. De fysieke wereld vormt de basis.

**GREAT EXAMPLES OF AUGMENTED REALITY IN MUSEUMS**

**The First VR Headset came out in the 1960s**

**Virtual reality (VR)** vervangt de fysieke wereld door de digitale wereld via een headset (bri) of omringend scherm. Deze digitale wereld kun je met de computer creëren en simuleren, of je kunt de fysieke wereld filmen en beleven met 360 graden video.

**Mixed reality (MR)** versmelt de fysieke wereld met de digitale wereld. Digitale informatie en objecten zijn geïntegreerd in de fysieke wereld. Pak je (virtuele) koffiemok met je (echte) hand en plaats hem op de (echte) tafel.

**RADIANCE**

**SCAN ME**

Onze samenwerking met Vellig Verkeer Nederland

hew nodes CULTUUR+ONDERNEMEN den

## Micro transactions

Micro transaction is een model waarbij door inzet van technologie kleine financiële transacties (in sommige gevallen minder dan 1 euro) uitgevoerd kunnen worden.

**PayPal**

**ROUNDFUNDING**

## POSTERS

De hier getoonde posters met **technologische trends** en **verdienmodellen** zijn kosteloos te downloaden en gebruiken.

### VOORBEELD 1 - VARIABELE PRIJZEN

ITA hanteert voor haar voorstellingen variabele prijzen. Naarmate er minder stoelen beschikbaar zijn, wordt de prijs hoger. Mensen die vroeg boeken betalen een lagere prijs. Het principe van variabele prijzen kan op verschillende andere manieren worden toegepast. Door terugkerende bezoekers te belonen met lagere prijzen of juist mensen die nog niet eerder een voorstelling hebben bezocht.



### INSPIRERENDE VOORBEELDEN

Een tweede bron voor inspiratie zijn verschillende voorbeelden van organisaties binnen en buiten de cultuursector die ervaring hebben opgedaan in het werken met digitale verdienmodellen.

### VOORBEELD 2 - LIVE STREAMING

Het Royal Observatory in Greenwich slaagde erin om honderdduizenden (veelal) nieuwe bezoekers te bereiken door het live uitzenden van een aantal astronomische gebeurtenissen. Met een budget van slechts 550 pond lukte het om een aantal gebeurtenissen zoals de maansverduistering in 2018 via Facebook live te delen met bezoekers.

Door het combineren van livestreams, commentaar van experts en het delen van door gebruikers gemaakte content lukte het om persaandacht te creëren waardoor uiteindelijk 310.000 mensen werden bereikt op Facebook en 360.000 mensen via de eigen website. Het werk hiervoor werd volledig gedaan door medewerkers van het Royal Observatory zelf. Het beschikbare budget werd alleen gebruikt voor advertenties op Facebook.



### VOORBEELD 3 - PODCAST

Het Noord Nederlands Toneel biedt bezoekers van haar voorstellingen een inleiding op haar voorstellingen in de vorm van een podcast. Voorafgaand aan de voorstelling kunnen bezoekers in een aflevering van de podcast horen wie de makers zijn van de voorstelling die ze gaan bezoeken, hoe de voorstelling is ontstaan en welke thema's daarin behandeld worden.



Bekijk meer actuele voorbeelden op de websites van [DEN](#) en [Cultuur+Ondernemen](#) om inspiratie op te doen.

### VOORBEELD 4 - SPOTIFY

Van wie kunnen we beter leren over digitale verdienmodellen dan de techbedrijven die deze deels hebben uitgevonden. Door het verdienmodel van bijvoorbeeld Spotify te ontleden, wordt duidelijk hoe dit bedrijf slim gebruik maakt van digitale technologie.

Het aanbod wordt vergroot door onder andere gepersonaliseerde playlists en verwijzingen naar concerten van favoriete artiesten. Het bereik wordt vergroot door via een onbetaalde variant nieuwe luisteraars te werven. De impact wordt vergroot door het maken en organiseren van playlists, podcasts en events. De inkomsten worden vergroot door groei van het aantal betalende gebruikers.





## Inzicht 2: laat jezelf en jouw collega's inspireren door goede voorbeelden binnen en buiten de sector.

Inspiratie blijkt een goed startpunt te zijn voor het gesprek over digitale verdienmodellen. Deze inspiratie valt te halen uit verschillende voorbeelden binnen en buiten de sector. Houd deze inspiratie niet voor jezelf, maar betrek je collega's en ga het gesprek aan.

### ADVIES AAN ORGANISATIES EN INDIVIDUEN IN DE CULTUURSECTOR

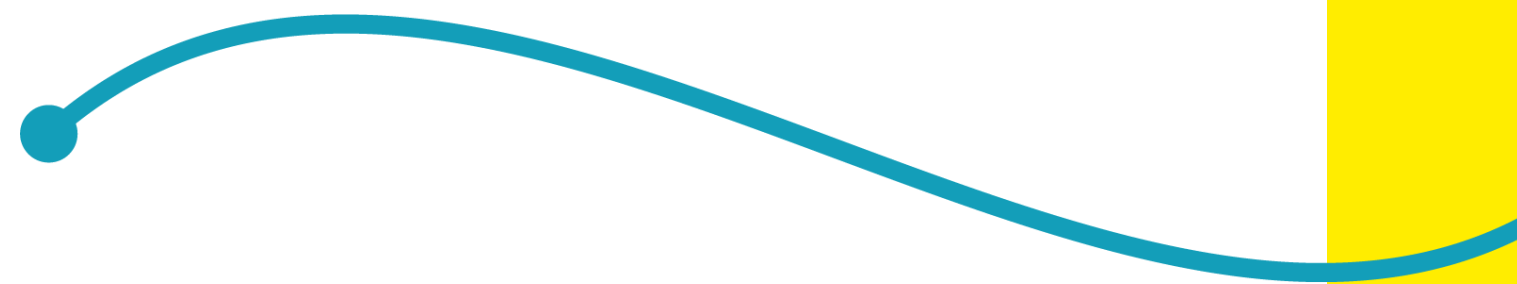
- Wil je als organisatie digitale verdienmodellen ontwikkelen? Laat jezelf en je collega's inspireren door de hiervoor genoemde voorbeelden en maak gebruik van de **trendposters**. Welke ideeën spreken aan en welke niet? Welke voorbeelden bieden bruikbare elementen voor de eigen organisatie?
- Innovatie laat zich slecht kopiëren. Vermijd de valkuil van het kopiëren van succesvolle voorbeelden van anderen. Deze voorbeelden kunnen inspireren, maar uiteindelijk zoek je een digitaal verdienmodel dat specifiek bij de eigen organisatie past. Werk dus samen in het verkennen van de mogelijkheden, maar ontwikkel verdienmodellen die uniek zijn voor jouw organisatie.

### WAT KUN JE MORGEN DOEN?

- Hang de **trendposters** op een plek die voor alle medewerkers goed zichtbaar is en nodig mensen uit om suggesties aan te dragen voor de toepassing van deze voorbeelden in de eigen organisatie.
- Speel met je collega's het **kaartspel**.

# 03

**ONTWIKKELEN VAN  
DIGITALE  
VERDIENMODELLEN  
VRAAGT EEN  
GESTRUCTUREERDE  
AANPAK.**



## METHODEN VOOR INNOVATIEPROCES

Organisaties die ervoor kiezen om digitale verdienmodellen te ontdekken en ontwikkelen kiezen ervoor om te innoveren. De uitkomst van innovatieprocessen laat zich lastig voorspellen. De neiging kan daarom zijn om een meer organische en ongestructureerde aanpak te volgen. De theorie over innovatieprocessen laat juist zien dat het volgen van een gestructureerde aanpak de kans op succesvolle uitkomsten vergroot. Er zijn verschillende aanpakken die kunnen worden gevolgd en gecombineerd. Inzet van die aanpakken kan helpen bij het structureren van het innovatieproces en daarmee bijdragen aan de kans op een succesvolle uitkomst.

### 1. ONTWERPEN OP BASIS VAN DESIGN THINKING

Het ontwikkelen van duurzame digitale verdienmodellen begint bij de mensen die je daarmee wilt bereiken en hun behoefte. Pas als je heel goed begrijpt wie deze mensen zijn, hoe zij denken en wat hun voorkeuren zijn kun je daar als organisatie een waardevol aanbod voor ontwikkelen. Design thinking biedt houvast en concrete instrumenten om dit inzicht in de behoefte te ontwikkelen en op basis hiervan ideeën te genereren voor te ontwikkelen diensten of verdienmodellen.

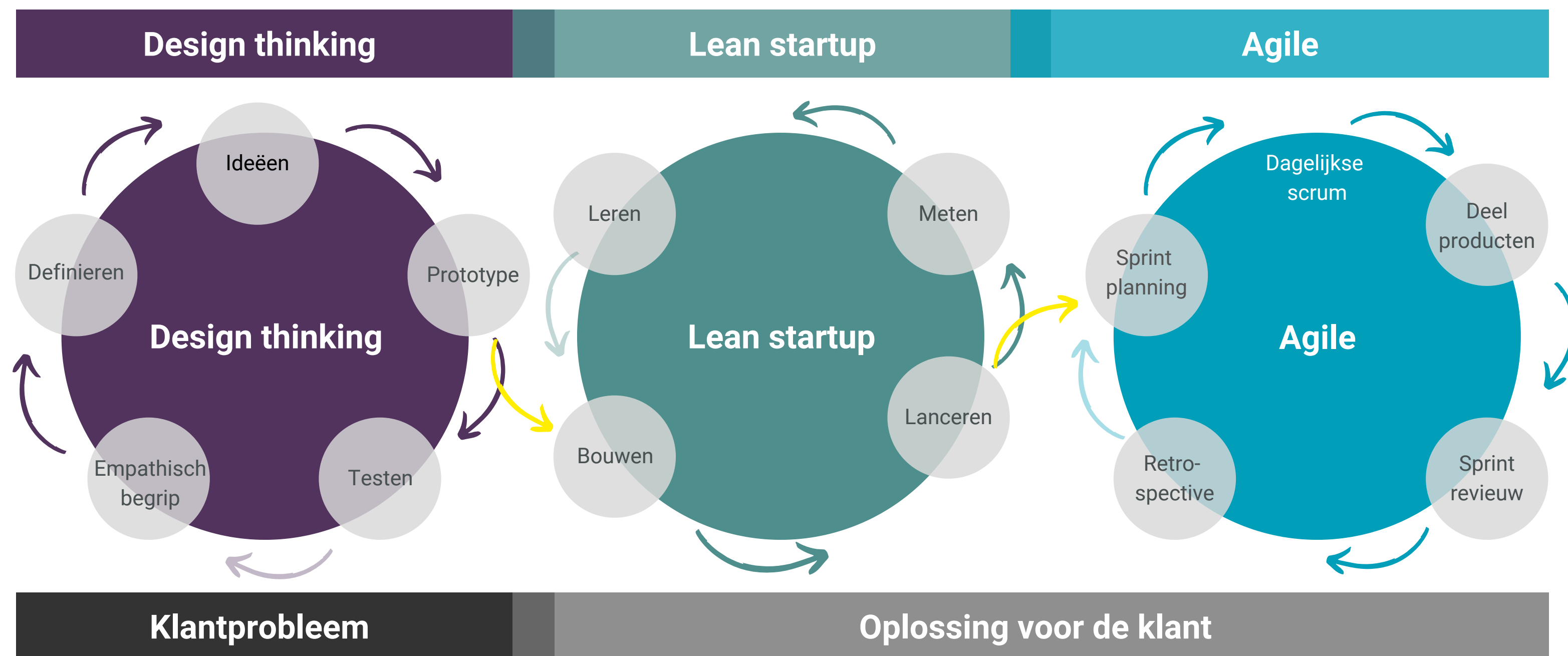
### 2. TESTEN OP BASIS VAN LEAN STARTUP

Pas als je een nieuw verdienmodel in de praktijk toepast ervaar je hoe gebruikers hierop reageren en wat de effecten zijn voor de eigen organisatie. De Lean startup methode biedt houvast bij het maken van prototypes, het testen van deze prototypes met echte gebruikers en het op basis van data bijstellen van het concept.

### 3. ONTWIKKELEN OP BASIS VAN AGILE

Het ontwikkelen van digitale diensten en producten kost tijd en is complex. Door de ontwikkeling op een Agile wijze aan te pakken, werk je snel toe naar bruikbare deelproducten en ervaar je snel of het werkt zoals bedacht. Producten en diensten zijn nooit af, maar vragen om continue doorontwikkeling.





## MODEL

Dit model laat drie gestructureerde aanpakken zien die te gebruiken zijn bij innovatieprocessen

### Inzicht 3: zoek naar een gestructureerde aanpak voor het ontwikkelen van digitale verdienmodellen

Organisaties die ervoor kiezen om digitale verdienmodellen te ontdekken en ontwikkelen kiezen ervoor om te innoveren. De inzet van een gestructureerde aanpak zoals design thinking, Lean startup en Agile kan dus helpen bij het structureren van het innovatieproces en daarmee bijdragen aan de kans op een succesvolle uitkomst.

#### ADVIES AAN ORGANISATIES EN INDIVIDUEN IN DE CULTUURSECTOR

- Begin niet zonder plan en bepaal daarom vooraf de aanpak voor het ontwikkelen van een digitaal verdienmodel.
- Maak daarbij gebruik van de inzichten uit bovenstaande methoden.

#### WAT KUN JE MORGEN DOEN?

- Wanneer de inspiratie heeft geleid tot de wens om iets te gaan maken: vorm een (klein) projectteam met mensen binnen en buiten de organisatie.
- Begin met het begrijpen van de klantbehoefte gebruik makend van instrumenten uit Design Thinking.

**Digitaal DNA laat zien dat er kansen liggen voor de cultuursector om digitale verdienmodellen te ontwikkelen en dat er concrete stappen zijn die organisaties kunnen zetten:**

1. Start met werken aan digitale volwassenheid van de eigen organisatie én van de sector
2. Begin de zoektocht naar digitale verdienmodellen met inspiratie van binnen en buiten de sector
3. Start met ontwikkelen van digitale verdienmodellen op basis van een gestructureerde aanpak
4. Vergroot je netwerk binnen de sector en deel kennis en ervaring over digitale verdienmodellen

De opbrengsten van Digitaal DNA geven organisaties in de cultuursector hopelijk de inspiratie en een startpunt om zelf aan de slag te gaan met het ontdekken en ontwikkelen van digitale verdienmodellen. Hoe meer individuen en organisaties in de sector dit doen hoe sneller de sector leert en resultaten zichtbaar zijn.

We roepen organisaties in de cultuursector dus op: **bedenk een plan, maak tijd en ga aan de slag!** Maak aanbod digitaal beschikbaar, experimenteer met verschillende manieren om publiek te laten betalen, maak gebruik van bestaande platforms om nieuwe doelgroepen te bereiken. En deel je ervaringen!

### Deel je ervaringen!

Leren doe je niet alleen! Onderneemt jouw organisatie concrete initiatieven om nieuwe verdienmodellen te ontwikkelen met behulp van digitale technologie? Laat het ons weten via [\*\*dit formulier\*\*](#). Op deze manier kunnen we initiatieven volgen, ondersteunen en delen.



## AUTEURS

<b>Cultuur+Ondernemen</b>	Anna Bilker en Titia Haaxma
<b>DEN</b>	Maaïke Verberk
<b>New Nodes</b>	Femke van Oorschot en Maarten Kuiper

## MET DANK AAN

7 Mountain Records	Het Flevolands Archief	Rijksmuseum Boerhaave	Stichting Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten
Art-Up	Het Utrechts Archief	Stedelijk Museum Schiedam	Telekids Musicalschool / RTL Talent Academy
Beeld en Geluid	Kunstvallei	Ulrike Quade Company	Stichting Noorderkerkconcerten
Eye Filmmuseum	Nest	Teylers Museum	
Hanzehof	Orion innovation	Theaterschool Utrecht	