

Digitali sering als kans

De digitale
transformatie
van de
culturele en
creatieve sector

INHOUD

Samenvatting	7
1. Inleiding	9
1.1 Context	9
1.2 Aanleiding	9
1.3 Vraagstelling en werkwijze	11
1.4 Kaders voor de aanbevelingen	12
2. Observaties en analyse	15
2.1 Opleiding	15
2.2 Concept en idee	16
2.3 Productie	17
2.4 Distributie	20
2.5 Publiek	22
2.6 Archivering	24
3. Conclusies	27
3.1 Algemeen	27
3.2 Mogelijkheden en kansen	27
3.3 Drempels en bedreigingen	28
4. Aanbevelingen	31
4.1 Urgent op zeer korte termijn	32
• Stel een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda op voor en met de culturele en creatieve sector	
• Verken de mogelijkheden voor een digitaal platform	
4.2 Belangrijk op korte termijn	36
• Stimuleer sectorbreed het ontwikkelen en vergroten van digitale vaardigheden en expertise	
• Ondersteun sectorbrede, regionale praktijknetwerken	
• Pas sectorbreed het subsidie-instrumentarium aan om de digitale transformatie te bevorderen	
4.3 Wenselijk op middellange termijn	42
• Ondersteun en faciliteer een sector- en industrie-overstijgend ecosysteem (hub)	
5. Bijlagen	45
• Samenstelling commissie	45
• Geraadpleegde deskundigen	45
• Literatuur	49

‘Digitalisation is profoundly changing our cultural experience, not only in terms of new technology-based access, production and dissemination, but also in terms of participation and creation, and learning and partaking in a knowledge society.’

Council of Europe¹

¹ www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation

SAMENVATTING

De culturele en creatieve sector heeft de afgelopen jaren laten zien over een grote innovatiekracht te beschikken. Hierover publiceerde de raad al eerder in adviezen die betrekking hadden op de impact van de coronacrisis. De raad zag dat culturele instellingen hun kansen grepen en zich ondanks de moeilijke periode artistiek vernieuwden. Zij wisten online contact te maken met een groot en geografisch gespreid publiek. Als onverwacht en optimistisch neveneffect bleek digitaal cultuuraanbod een waardevolle toevoeging op de bestaande culturele en creatieve praktijk. De coronacrisis werkte aldus als katalysator voor de digitale transformatie van de sector op een moment dat live bijeenkomsten simpelweg niet konden plaatsvinden.

Volgens de raad is het belangrijk deze versnelling van de digitale transformatie vast te houden en de positieve mogelijkheden van digitalisering te omarmen. De digitale transformatie biedt grote kansen voor het vernieuwen van creatie, het vergroten en verbreden van publieksbereik en het verdiepen van de bezoekers-ervaring. Daarnaast vergroot een stevige digitale werkpraktijk de wendbaarheid van de sector in crises. Digitalisering kan op langere termijn ook bijdragen aan de economische versteviging en de maatschappelijke relevantie van de sector. In dit agenderende advies beantwoordt de raad daarom de vraag welke maatregelen op de korte en middellange termijn noodzakelijk zijn, opdat de digitale transformatie duurzaam kan worden voortgezet.

De raad ziet een aantal drempels en bedreigingen die digitale vooruitgang in de weg staan. Een eerste risico is dat instellingen na de coronacrisis weer geheel terugkeren naar ‘het oude normaal’ en geen tijd en middelen meer beschikbaar hebben voor verdere digitalisering. Er is immers sprake van een krappe financiering van reguliere activiteiten, waardoor er weinig overblijft om te investeren in digitalisering. Het subsidie-instrumentarium is daarnaast nog onvoldoende afgestemd op digitale creatie, productie en distributie. De versnippering van de sector staat bovendien de samenwerking in de weg die nodig is om tot schaalvergroting, kwaliteitsoptimalisatie en kostenefficiëntie te komen. Daarnaast wijst de raad op de noodzaak om de kwetsbare positie van makers en uitvoerenden in de culturele en creatieve sector te verbeteren, en onderstreept hij het belang van eigenaarschap over privacy, auteursrecht en data in het digitale domein.

De raad pleit voor investeringen in de digitale transformatie van de culturele en creatieve sector en voor het ontwikkelen van een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda. Net als in andere maatschappelijke domeinen zou volgens de raad zo’n agenda, tot stand te brengen in samenspraak met het veld, aan de basis moeten liggen van het digitaliseringsbeleid en daarvoor uit te trekken financiële middelen.

De raad adviseert verder de digitale infrastructuur te versterken door samenwerking te stimuleren tussen werkenden in de culturele en creatieve sector, de technologiesector, het onderwijs en andere relevante domeinen. Deze samenwerking kan plaatsvinden in labs en in een of meerdere ‘hubs’. Er bestaan al veel praktijknetwerken en labs die van waarde kunnen zijn voor makers in de

culturele en creatieve sector, omdat hier op het snijvlak van wetenschap, cultuur, maatschappelijke vraagstukken en digitale cultuur wordt gewerkt. Deze moeten in kaart worden gebracht en worden benut. Zowel grotere als kleinere partijen kunnen profiteren van de vliegwielfunctie die zulke samenwerking biedt in termen van schaalvergroting, kwaliteitsoptimalisatie en kostenefficiëntie.

Daarnaast pleit de raad voor het inrichten van een nationaal platform voor digitale cultuuruitingen. DEN heeft voorgesteld om in 2022 een verkenning uit te voeren naar een interactief digitaal kanaal voor cultuurpubliek en digitale publieksdata. De raad schaart zich achter financiering van deze verkenning. Hij schetst in dit advies diverse mogelijkheden voor een dergelijk platform, waaronder de voortzetting en doorontwikkeling van NPO Cultuur. Aan het platform dienen publieke waarden ten grondslag te liggen ten aanzien van bijvoorbeeld privacy, rechtvaardigheid en autonomie, en het platform dient een non-profitkarakter te krijgen.

In de hele sector is er een tekort aan technisch onderlegd personeel, zonder wie de digitale transformatie ondenkbaar is. Relevante vaardigheden en expertise ontbreken. De culturele en creatieve sector is een aantrekkelijke sector, waar echter minder hoge salarissen worden betaald dan in het bedrijfsleven. Actie is gewenst om voldoende expertise aan te trekken. De 1 miljoen euro die wordt vrijgemaakt voor het programma Permanente Professionele Ontwikkeling (PPO) is een eerste stap in deze richting. Daarnaast kan de expertise binnen de sector worden vergroot door mogelijkheden voor bij- en omscholing binnen de sector nader te verkennen.

Ook constateert de raad dat het subsidie-instrumentarium van Rijk, fondsen en decentrale overheden aangepast moet worden om de digitale transformatie en de samenwerking die daarvoor nodig is te bevorderen.

De raad onderstreept dat Nederland een uitstekende uitgangspositie heeft, met een ijzersterke culturele en creatieve sector, een dekkende IT-infrastructuur en een innovatieve technologiesector. Dit rechtvaardigt volgens de raad het faciliteren en ondersteunen van een sectoroverstijgende hub die als vliegwiel kan functioneren voor verdere ontwikkeling, vergelijkbaar met de Regio Foodvalley.

1. INLEIDING

1.1 CONTEXT

De culturele en creatieve sector maakt op dit moment een grote digitale transformatie door. Deels was die al ingezet door toegenomen technologische mogelijkheden. Zij werd versneld toen tijdens de coronacrisis veel instellingen en makers digitaal aanbod begonnen te ontwikkelen om ten tijde van lockdowns toch hun publiek te kunnen blijven aanspreken.

De transformatie is breed. Digitalisering heeft betrekking op vele facetten van het culturele en creatieve leven: de technologie die mensen toegang geeft tot cultureel aanbod, het creatieve proces en de aard van het culturele aanbod, de wijze van samenwerking tussen instellingen, makers en uitvoerenden, de interactie met publiek en de wijze waarop culturele content wordt gearhiveerd en ontsloten. Digitalisering raakt het hele creatieve ecosysteem en de hele creatieve keten, van onderwijs, creatie en productie tot distributie, publieksbereik en archivering. De digitale transformatie heeft ook implicaties voor het gewenste overheidsbeleid. Ze vraagt om aanpassingen in het beleid om nieuwe kansen te benutten en bedreigingen het hoofd te bieden. Verschillende doelstellingen van cultuurbeleid worden hiermee gediend, zoals dit advies zal laten zien.

De raad benadrukt dat hij digitaal aanbod niet als vervanging ziet van kunst- en cultuuruitingen die live of in de fysieke ruimte plaatsvinden. Wel ziet hij dat digitalisering een rijkdom aan mogelijkheden ontsluit, waarmee het een zeer waardevolle aanvulling kan zijn op live of fysiek aanbod.

1.2 AANLEIDING

De raad heeft in diverse adviezen in de periode 2020-2021 onderstreept dat het gebruik van digitale technologie de weerbaarheid en wendbaarheid van de sector kan helpen vergroten.² Hoewel de digitale transformatie al sinds de jaren tachtig van de vorige eeuw gaande is, werkte de coronacrisis de afgelopen twee jaar als katalysator. De sector raakte ervan doordrongen dat digitalisering kansrijk is, zo bleek onder meer uit de corona-addenda die de instellingen in de Culturele basisinfrastructuur (BIS) in 2021 opstelden in aanvulling op hun meerjarenplannen en uit gesprekken die de raad met de sector in den brede voerde ten behoeve van dit advies.

De digitale transformatie biedt grote kansen voor het vernieuwen van creatie, het vergroten en verbreden van publieksbereik en het verdiepen van de bezoekerservaring. Daarnaast vergroot een stevige digitale werkpraktijk de wendbaarheid van de sector in crises. Digitalisering kan op langere termijn ook bijdragen aan de economische versteviging en de maatschappelijke relevantie van de sector. Mogelijke andere voordelen liggen op het gebied van duurzaamheid, (internationale) uitwisseling en de overdracht van vakkennis.

² Onder meer Raad voor Cultuur, 'Onderweg naar overmorgen', november 2020; 'Sterker uit Corona', juni 2021.

Makers en uitvoerenden zijn in toenemende mate geïnteresseerd in het omzeilen van internationale marktleiders om hun content aan te bieden op platforms waarop publieke waarden meer worden gerespecteerd en er meer volgens ‘fair practice’-normen wordt gewerkt. Hardware en software die nodig zijn voor een digitale transformatie zijn tegenwoordig ook *low budget* te verkrijgen en komen daarmee financieel binnen handbereik voor kleine en middelgrote organisaties. Dat is een belangrijke randvoorwaarde voor verdere digitalisering. De introductie van 5G vergroot de mogelijkheden voor onlinediensten die afhankelijk zijn van datastreaming. Echter, goede publieke platforms zijn nodig waar de sector op grote schaal cultureel aanbod kan aanbieden en publiek kan vinden, en volgens de raad is dit het moment om daarover na te denken.

Het publiek heeft digitaal cultureel aanbod tijdens de coronacrisis versneld gevonden en geaccepteerd. Digitale distributie geeft publiek dat niet in staat is om naar een locatie te reizen, vanwege afstand, ziekte of beperkingen als quarantaine of immobilititeit, toegang tot culturele activiteiten en plekken die anders ontoegankelijk zouden zijn. Voor jongere generaties is cultuurconsumptie of -productie zonder internet niet meer voor te stellen. Deze *digital natives* gebruiken internet dagelijks voor sociale contacten, kennisuitwisseling, het volgen van hun favorieten en voor co-creatie.

Tegelijkertijd is het hedendaagse publiek door streamingplatforms verwend en kritisch. Waar online concertopnames of livestreams via YouTube tijdens de eerste fase van de coronapandemie nog welkomte bijdragen waren, bleken ze geen aantrekkelijke aanvulling te zijn toen live concerten weer mogelijk werden. Ze bieden een publiekservaring van lagere kwaliteit en leveren culturele organisaties geen geld op. Klantgedrag en -verwachtingen zijn inmiddels aangepast op online abonnementen en e-commerce. Gebruikers willen gepersonaliseerde diensten en programmering. En online producties moeten meer zijn dan slechts een gedigitaliseerde versie van een live-event. Dit vraagt om investeringen in hoogstaand kwalitatief online aanbod.

De raad onderstreept de goede uitgangspositie van Nederland als Europees initiatiefnemer voor digitale transformatie van de culturele en creatieve sector. Er ligt al een redelijke digitale en creatieve infrastructuur, het grootste deel van de bevolking heeft een internetaansluiting en er bestaan reeds diverse netwerken waarin ervaring is opgedaan met samenwerkingen van partijen uit de zogenaamde *quadruple helix*: overheid, kennisinstellingen, bedrijven, maatschappelijke organisaties en (eind)gebruikers.

Volgens de raad schuilt er een grote verrijking in de digitale transformatie van de culturele en creatieve sector. Hij vindt het van belang om hier blijvend in te investeren vanuit de sector en de overheid, en om de reeds ingezette ontwikkelingen en verworven kennis niet verloren te laten gaan nu instellingen na de coronacrisis terugkeren naar het ‘oude normaal’. De raad bemerkt hieromtrent een breed gedragen gevoel van urgentie in de sector.³ Om digitalisering structureel onder-

3 Ter voorbeeld: in een uitvraag van de Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten (NAPK) zei 73 procent van de ondervraagden dat de eigen organisatie de mogelijkheden van digitalisering onvoldoende benut.

deel te maken van de culturele en creatieve sector, zijn volgens de raad een strategische digitaliseringsagenda en vernieuwend beleid nodig.⁴

Dit agenderende advies werkt deze gedachte verder uit.

1.3 VRAAGSTELLING EN WERKWIJZE

Vraagstelling

De vraagstelling die ten grondslag ligt aan dit advies, luidt als volgt:

- Welke maatregelen zijn op de korte en middellange termijn noodzakelijk, opdat de digitale transformatie duurzaam kan worden voortgezet?
- Hoe kan de overheid kansen op dit vlak helpen benutten en knelpunten helpen oplossen?
- Op welke wijze kan de digitale transformatie bijdragen aan de realisatie van de vier door de raad geformuleerde doelstellingen van cultuurbeleid (zie paragraaf 1.4)?

Commissie

Voor de totstandkoming van dit advies heeft de raad een commissie aangesteld met deskundigen uit de culturele en creatieve sector, het bedrijfsleven en de wetenschap. Deze commissie kreeg als opdracht de thematiek nader te verkennen en een aantal hoofdthema's te identificeren. De leden van deze commissie zijn Ilona Haaijer (voorzitter), Emilie Gordenker, Henca Maduro, Wouter van Ransbeek, Alexander Ribbink, Edo Righini en Liesbet van Zoonen. De commissie voerde een groot aantal gesprekken met deskundigen binnen en buiten de sector. Zo vormde hij zich een beeld van de stand van zaken met betrekking tot digitalisering in de verschillende delen van de culturele en creatieve sector en daarbuiten.

De in dit advies gepresenteerde bevindingen zijn daarnaast gestoeld op de gegevens uit de corona-addenda van BIS-instellingen, bureau-onderzoek, onderzoek van brancheorganisaties en een uitvraag onder disciplinedeskundigen die aan de raad zijn verbonden. Er is gebruikgemaakt van relevante literatuur en er is gekeken naar beleid in andere landen, zoals het Verenigd Koninkrijk.⁵

De raad bedankt de commissie voor haar omvangrijke werk en haar inzichten. Een overzicht van de gesprekspartners is als bijlage opgenomen bij dit advies.

Werkwijze

Hierna volgt een nadere toelichting op de manier waarop de raad de stand van zaken met betrekking tot digitalisering heeft geïnventariseerd en geanalyseerd. Deze toelichting dient als leeswijzer voor de observaties, conclusies en aanbevelingen in dit advies.

De digitale transformatie wordt in verschillende delen van de sector anders ingevuld en beleefd, en de snelheid waarmee wordt gedigitaliseerd loopt sterk uiteen. Zo is digitaal werken in de film- en mediasector al veel gebruikelijker dan in

⁴ Raad voor Cultuur, 'Sterker uit Corona', juni 2021.

⁵ Verenigd Koninkrijk, Department for Culture, Media & Sport, 'Culture is Digital', maart 2018.

bijvoorbeeld de scenische podiumkunsten, waar de mogelijkheden van digitaal werken nog veel minder worden benut. Hier moeten de drempels om een hybride praktijk te omarmen nog worden geslecht.⁶

Richtinggevend voor de werkwijze was dan ook het gegeven dat de culturele en creatieve sector niet homogeen is. Om ondanks de onderlinge verschillen de meest pregnante (beleids)thema's in kaart te brengen, heeft de raad de sector langs de onderdelen van de creatieketen geanalyseerd; hij heeft gekeken naar de stand van zaken met betrekking tot opleiding, concept en idee, productie, publiek en archivering (zie ook de schematische weergave hieronder). Deze indeling bleek goed bruikbaar om de digitale maturiteit – ofwel de wijze waarop de mogelijkheden van digitalisering reeds worden benut – in alle subsectoren van de culturele en creatieve sector in beeld te brengen. Per onderdeel van de creatieketen zijn kansen en bedreigingen aangewezen die gepaard gaan met de digitale transitie.

De creatieketen

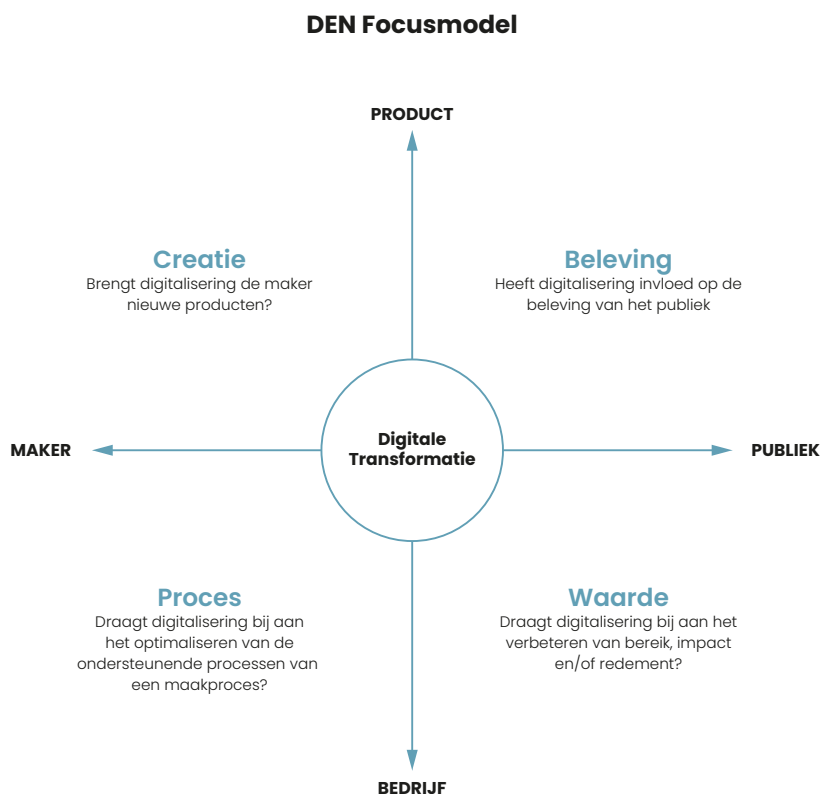


De raad structureert in dit advies zijn bevindingen via de onderverdeling van de creatieketen. Thema's die voor elk onderdeel van de creatieketen relevant zijn, zijn in de afbeelding horizontaal weergegeven (pijlen wijzend van links naar rechts): de rol van de overheid, financiële middelen, de technische infrastructuur, wet- en regelgeving en de doelstellingen van cultuurbeleid zoals geformuleerd door de raad. In het denken over de implicaties van de digitale transitie voor de culturele en creatieve sector spelen deze thema's een constante rol.

DEN Focusmodel

Het gebruikte model sluit wat betreft een aantal invalshoeken, zoals conceptie of creatie, productie en de beleving van publiek, aan bij het zogeheten Focusmodel dat door DEN is ontwikkeld. Een verschil is dat dit Focusmodel wordt gebruikt om aan de hand van *self-assessments* de digitale maturiteit van individuele organisaties in kaart te brengen en de creatieketen de stand van zaken in sectoren inzichtelijk maakt.

6 DEN, 'Onderzoek: Digitale transformatie, vaardigheden en een innovatieve organisatie in de cultuur-sector', juni 2022.



1.4 KADERS VOOR DE AANBEVELINGEN

De aanbevelingen in dit advies dragen volgens de raad bij aan verdere realisatie van de vier doelstellingen van cultuurbeleid, die door de raad zijn geformuleerd en die door het ministerie van OCW worden toegepast in de beleidsvorming. Hieronder worden ze toegelicht. De raad is er bovendien van overtuigd dat zijn aanbevelingen bijdragen aan het verder wendbaar en weerbaar maken van de sector. Dat is niet alleen noodzakelijk met het oog op mogelijke toekomstige lockdowns of andere crises, maar ook om toekomstbestendig cultureel aanbod te kunnen blijven maken.

Vier doelstellingen van cultuurbeleid

- Creatief talent in alle genres en disciplines krijgt voldoende kansen en mogelijkheden om zich artistiek te ontplooiën.
- Iedereen in Nederland heeft, ongeacht leeftijd, culturele achtergrond, inkomen en woonplaats, toegang tot cultuur. Dat wil zeggen dat een inclusieve benadering van het publiek moet worden nagestreefd, waarbij niemand wordt uitgesloten.
- De overheid waarborgt een pluriform aanbod van cultuur, waarin het bestaande wordt gekoesterd en het nieuwe wordt omarmd.
- Er is een wederkerige relatie tussen cultuur en samenleving. Cultuur functioneert als veilige haven om kritisch te kunnen reflecteren op de samenleving en haar burgers. Omgekeerd moet de cultuur zich rekenschap geven van haar plek in de maatschappij.

Publieke waarden

De raad heeft daarnaast rekening gehouden met een aantal publieke waarden die volgens hem gediend moeten worden met een goed en effectief digitaliseringsbeleid. De overheid en (semi-)overheidsorganisaties zijn immers hoeders van deze waarden. De volgende publieke waarden dienen in de ogen van de raad te worden gewaarborgd en gerespecteerd in de digitale omgeving:⁷

- *Privacy*: de gegevens van publiek verdienen bescherming, onder meer om privé en openbaar te kunnen scheiden (digitaal huisrecht) en om surveillance-doeleinden weg te houden bij digitale activiteiten.
- *Autonomie*: de digitale omgeving biedt keuzevrijheid en vrijheid van meningsuiting, en voorkomt manipulatie.
- *Veiligheid*: er moet betrouwbare, veilige, fraudebestendige informatie zijn.
- *Controle* (over technologie): publiek moet controle hebben over en inzicht in gebruikte algoritmen.
- *Rechtvaardigheid*: de digitale omgeving voorkomt discriminatie, uitsluiting en stigmatisering.
- *Machtsverhoudingen*: publiek en aanbieders genieten bescherming tegen oneerlijke concurrentie en uitbuiting.

7 Kool, L., J. Timmer, L. Royakkers en R. van Est, 'Opwaarderen – Borgen van publieke waarden in de digitale samenleving'. Den Haag, Rathenau Instituut, 2017.

2. OBSERVATIES EN ANALYSE

Hieronder volgen de observaties van de raad per onderdeel van de creatieketen.

2.1 OPLEIDING

In het kunstonderwijs worden de kansen die de digitale transformatie biedt omarmd. De opleidingen hebben de afgelopen jaren in hoog tempo hun onderwijs en onderzoek ingericht rond de uitdagingen en mogelijkheden van digitalisering. Dat is herkenbaar in vele bachelorprogramma's, zoals Creative Media and Game Technologies (BUAS), Game Art (HKU) en Multimedia Design (HvA), en in gespecialiseerde masteropleidingen, zoals Art-Science (KABK), Animation (AVANS) of Scientific Illustration (Zuyd). De Amsterdam Electronic Music Academy (AEMA) van het Conservatorium van Amsterdam is de eerste hybride (online en onsite) muziekopleiding op mbo-niveau in Nederland.

Vooraf in onderzoek vinden belangrijke praktijkanalyses van digitalisering plaats. Die krijgen vorm in thematische lectoraten, onderzoeksgroepen en expertisecentra waarin kunstenaars, ontwerpers, studenten en praktijkpartners gezamenlijk nieuwe toepassingen verkennen en experimenten uitvoeren. Enkele toonaangevende voorbeelden daarvan zijn het Centre of Applied Research for Art, Design and Technology (AVANS), het Centre of Expertise for Creative Innovation (HvA), Creating 010 (Hogeschool Rotterdam), Creative Technology (HKU), Technology Driven Art (Zuyd) en het DigiRealXL Lab (BUAS).

De onderwijsinstellingen reageren hiermee allereerst op een veranderende studentenbelangstelling, in het bijzonder voor games en digitaal ontwerp. Daarnaast reageren ze als praktijkgeoriënteerde instellingen direct op veranderende maatschappelijke verhoudingen en uitdagingen. Het valt op dat het onderzoek veelal plaatsvindt in samenwerking tussen verschillende partners in de instellingen zelf (bijvoorbeeld in expertisecentra) of tussen verschillende instellingen. Voor die laatste vorm van samenwerking spelen de onderzoeksfondsen die worden verdeeld via Regieorgaan SIA een belangrijke rol. Deze fondsen zijn bedoeld voor praktijkgericht onderzoek. Zo werd onlangs een grote, vierjarige subsidie verleend aan een consortium van hogescholen om samen te werken aan *digital realities*, ofwel het scala aan digitale verbeeldingstechnieken, *augmented* en *enhanced reality*.

Er zijn ook domeinen waar nog ruimte is voor verdere ontwikkeling. Aan de conservatoria en de theateropleidingen is de aandacht voor de digitale transformatie nog minder zichtbaar. Sommige conservatoria hebben specifieke nieuwe opleidingen, zoals de BA Media Music aan ArteEZ of de MA New Audiences and Innovative Practice aan het Prins Claus Conservatorium. Wat betreft theater is digitalisering vooral onderdeel van opleidingen voor podium- en evenemententechniek of onderdeel van scenografie (HKU). Het is opvallend dat digitalisering in de opleidingen vooral gaat over games, visuele cultuur en digitaal ontwerp, en in zekere mate over beeldende kunst. Er zijn echter nog weinig digitale artistieke praktijken zichtbaar in de scenische podiumkunsten. Hier liggen kansen om ook

de volgende generatie theater- en dansmakers vroeg te laten kennismaken met de mogelijkheden van digitaal werken.

2.2 CONCEPT EN IDEE

Digitalisering opent nieuwe deuren voor artistieke ontwikkeling. De digitale transitie heeft een oneindige waaier aan mogelijkheden ontsloten voor hybride werkpraktijken en gemedialiseerde kunst, naast geheel nieuwe creatie- en uitingsvormen.

Een hybride praktijk creëert niet alleen nieuwe artistieke invalshoeken, maar kan ook helpen het publieksbereik te vergroten en te verbreden. Daarnaast draagt een dergelijke praktijk bij aan de wendbaarheid van organisaties. De raad keek met bewondering naar de versnelde ontwikkelingen op dit vlak tijdens de coronacrisis, een ontwikkeling die op sommige plekken al langer gaande was. ITALive, het online podium van Internationaal Theater Amsterdam, was al in ontwikkeling op het moment dat de crisis losbarstte. De livestreams van producties als *Romeinse Tragedies* en *Een klein leven* betekenen een nieuwe vorm, die ergens tussen film en theater in staat. Tijdens de crisis waren het niet alleen de grote spelers die zich wendbaar toonden; ook kleine collectieven als Nineties Productions kwamen met onlineproducties. Zij spreken het publiek op een heel andere wijze aan en organiseren nieuwe online ontmoetingsplekken. De raad waardeert deze, en vele andere, voorbeelden van nieuwe creatieve uitingen door digitalisering.

Ook in de beeldende kunst en de erfgoedsector ontsluit digitalisering nieuwe en verrassende mogelijkheden. Een voorbeeld is de opkomst van zogeheten NFT's (*non-fungible tokens*), waarmee een digitaal object exclusief verhandeld kan worden met behulp van blockchain-technologie. De raad volgt de ontwikkelingen rondom NFT's en de nieuwe digitale kunst die de technologie voortbrengt met grote belangstelling. Hier verandert de beeldende-kunstsector zichtbaar als gevolg van de mogelijkheden van digitalisering. Waar vluchtig, online werk lang weinig waarde vertegenwoordigde, worden inmiddels soms enorme bedragen betaald voor dergelijk werk, met als bekende uitschieter *Everydays — The First 5000 Days* van Beeple, dat in 2021 voor 69,3 miljoen dollar werd verkocht. Online werk vormt derhalve niet enkel een poort naar een live beleving, maar staat als kunstuiting ook op zichzelf.

Voor de raad staat als een paal boven water dat de technische mogelijkheden van digitaal werken van grote en positieve invloed kunnen zijn op de ontwikkeling van kunst en cultuur in Nederland, ook buiten lockdowns om. Veel initiatieven zijn immers overeind blijven staan, ook nu de samenleving weer open is. Tegelijkertijd observeert de raad dat lang niet iedereen die dat wil ook de stap naar digitaal werken kan maken. Het vormgeven van nieuwe ideeën en het aangaan van experiment vereisen financiële en fysieke ruimte. Daarnaast ziet de raad dat er in steeds grotere mate interdisciplinair gewerkt wordt. Dit alles wakkert de vraag aan naar investeringen in experimenteerplekken waar kennis, productiefaciliteiten en makers samenkomen.

2.3 PRODUCTIE

Groei van digitale en hybride praktijken

De productie van cultureel aanbod is in een aantal subsectoren al (deels) gedigitaliseerd, zoals in de (pop)muziek, literatuur, media en film. Het werk van illustratoren wordt vaak digitaal bewerkt en het *art work* van *digital born*-genres wordt volledig digitaal geproduceerd en gedistribueerd. Ook een fysieke cultuuruiting als architectuur wordt tegenwoordig digitaal geproduceerd, bijvoorbeeld met 3D-printers. Alle onderdelen van de bouwketen zijn inmiddels digitaal op elkaar afgestemd. In subsectoren waar voor live publiek wordt geproduceerd, constateert de raad nu eveneens een groeiend enthousiasme onder makers voor de potentie van digitaal produceren. Behalve voor artistiek-inhoudelijke innovaties wordt digitalisering ook in operationele zin ingezet. Zo boekte het Holland Festival een grote efficiëntieslag in zijn werkprocessen door te investeren in software die verschillende stappen integreert in een *funnel*, van de eerste gedachte van een programmeur naar de uitwerking en de kaartverkoop.

Niet alleen worden digitale productiemiddelen ingezet in performances, bijvoorbeeld als extra artistiek-inhoudelijke laag in voorstellingen (denk aan beeldprojecties), ook kan digitaal geproduceerd materiaal worden gemixt en op digitale platforms worden vertoond. De combinatie van fysieke en digitale productie levert een hybride praktijk op, waarin zowel werk voor een podium als voor een beeldscherm wordt geproduceerd. Dit prikkelt de artistiek-inhoudelijke ontwikkelingen en opent de weg naar alternatieve, digitale podia.

Gebrek aan specialistische kennis

Uit expertgesprekken met onder anderen vertegenwoordigers van kunstvakopleidingen blijkt dat digitale productie in een stroomversnelling is geraakt doordat productiemiddelen toegankelijker zijn geworden voor studenten. Al tijdens de kunstvakopleidingen maken studenten kennis met de mogelijkheden van digitale productiemiddelen, en in hun latere werkpraktijk zetten zij dit als vanzelfsprekend voort. Ook werken makers al vanaf hun studie samen met IT-specialisten, die ook van buiten de kunstvakhogescholen kunnen worden aangetrokken, zoals gebeurt bij de minoren van de HKU.

Hoewel digitale productiemiddelen inmiddels gebruikersvriendelijker en toegankelijker zijn dan in de jaren negentig van de vorige eeuw, vraagt de digitale productie wel specialistische kennis, die lang niet alle producenten van cultureel aanbod in huis hebben. Om hoogwaardige content te produceren zijn daarnaast productiefaciliteiten nodig.

Kleine organisaties hebben nauwelijks financiële ruimte om specialistische kennis structureel in te huren. Het salarisniveau in de culturele en creatieve sector ligt bovendien lager dan in concurrerende, commerciële sectoren. Door het ontbreken van een continue digitale productiecapaciteit ligt het risico van ad-hoc- en projectmatige inzet van middelen op de loer, evenals versnippering van kennis en middelen.

Samenwerking met technologiespecialisten

In het Verenigd Koninkrijk heeft de overheid op deze achterstandspositie ingespeeld. Zij is in het *Digital Culture Network* in gesprek gegaan met een aantal ‘techkampioenen’ en heeft hen verleid diensten te verlenen aan de culturele en creatieve sector ten behoeve van de productie van digitaal cultureel aanbod.⁸

Voor technologiespecialisten uit het bedrijfsleven, zoals Google Arts & Culture en Unilever, is de culturele en creatieve sector interessant vanwege de *glam factor*, de uitdagende vragen die uit deze sector komen en de hoge kwaliteit van het eindproduct.

In Nederland zijn er recent incidentele financiële impulsen gegeven om samenwerking tussen technologiepartijen en culturele instellingen te bevorderen.

Een voorbeeld is het programma Innovatielabs, dat CLICKNL en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (namens alle rijkscultuurfondsen) uitvoeren in opdracht van het ministerie van OCW.⁹ De raad onderstreept het belang van dit soort ruimte voor experiment, dat ook zichtbaar werd in de forse overschrijving van de open oproep voor deze labs: 174 aanvragen, waarvan er zestien konden worden gehonoreerd.

De raad is verheugd dat de staatssecretaris Cultuur en Media per brief van 23 mei een additionele som van 7,5 miljoen euro voor de Innovatielabs heeft vrijgemaakt.¹⁰

Ook kijkt de raad met grote waardering naar Cultuurloket DigitALL, waarin samenwerkende private fondsen uit het Kickstart Cultuurfonds hun gezamenlijke activiteiten voortzetten in een meerjarig publiek-privaat programma en investeren in de toepassing van digitale technologie voor publiek.¹¹ De raad waardeert het vrijmaken van 2 miljoen euro door de staatssecretaris voor Cultuurloket DigitALL voor 2022.

Naast deze waardevolle impulsen staat de raad een structureler aard van investeren in digitalisering voor. De incidentele middelen zijn nodig maar zijn voor de lange duur te beperkt voor een praktijk waarin digitale productie structureel verankerd is in de werkwijze.

Schaalvergroting door gezamenlijke initiatieven

Een veelgehoorde drempel om met de digitale transformatie aan de slag te gaan, is het ontbreken van een solide verdienmodel. De investeringen worden vaak te groot geschat om deze terug te verdienen. Dit staat innovatie in de weg. De raad erkent dat het vooralsnog moeilijk haalbaar is voor individuele organisaties om een sluitende *businesscase* te vinden voor digitaal werk. Hij ziet wat dit betreft grote meerwaarde in samenwerking en kostendeling door schaalvergroting van experiment. Ook wijst hij op de immateriële baten van digitalisering, zoals publieksvergroting en -verbreding, artistieke vernieuwing, verhoogde wendbaarheid van de culturele en creatieve sector en duurzaamheid. De raad vindt dat deze immateriële baten moeten meewegen naast de materiële baten.

8 www.artscouncil.org.uk/developing-digital-culture/digital-culture-network

9 www.innovatielabs.org

10 Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, ‘Hoofdlijnenbrief cultuur 2022: Herstel, vernieuwing en groei’, 23 mei 2022.

11 www.cultuurloketdigitall.nl

Uit de expertgesprekken kwam naar voren dat niet alle producenten over een eigen technische afdeling en kennis hoeven te beschikken. In de film- en media-sector bestaan bijvoorbeeld gespecialiseerde bedrijven voor opnameapparatuur en studio's voor postproductie. De evolutie van software, hardware en kennis over digitale productiemiddelen gaat veel sneller dan individuele makers of instellingen kunnen bijhouden. Werken met technologie vraagt om voortdurende updates en om een groot aanpassingsvermogen. Het is maar zeer de vraag of het efficiënt is als alle instellingen in de culturele en creatieve sector deze evolutie proberen bij te benen. We zien dat makers voor de productie van digitale content samenwerkingen zoeken. Tijdens de lockdowns ontstonden plekken rondom podia en andere instellingen die te kampen hadden met lege zalen, waar diverse partijen digitale content konden produceren. De behoefte is gebleven aan een plek waar van elkaar kan worden geleerd, niet alleen artistiek-inhoudelijk maar ook op praktisch gebied, zoals met betrekking tot de distributie van digitaal aanbod, verdienmodellen en het bouwen van netwerken.

In diverse regio's zijn initiatieven voor dergelijke gezamenlijke productie- en expertiseplekken uit de coronaperiode voortgezet. Het Drents Museum in Assen deelt kennis en ervaring op het gebied van digitaliseren en het toegankelijk maken van collecties met kleine erfgoedinstellingen in de regio. Debatcentrum De Balie in Amsterdam bouwde tijdens de lockdowns de ongebruikte zalen om tot opnamestudio's, waar ook theatergezelschappen terecht konden om digitaal te produceren. Amare in Den Haag huisvest onder meer het Nederlands Dans Theater, dat een hybride productie- en presentatiepraktijk volhoudt, ook na de lockdowns. Bij de directie van Amare leeft het idee om behalve een podium ook een rol te spelen als productiefaciliteit voor digitaal aanbod van makers in de regio. Bij De Effenaar in Eindhoven wordt een vergelijkbaar idee voor een hybride podium met productiefaciliteiten voor digitaal aanbod uitgewerkt, onder de noemer 'Smart Venue'.¹² Als een van de projecten binnen de Innovatielabs wil dit podium aan de hand van drie experimenten nieuwe formats voor hybride evenementen ontwikkelen.

Er wordt kortom volop gezocht naar modellen om plekken voor een hybride productiepraktijk duurzaam te kunnen uitbouwen. De raad bemerkte dat de prille initiatieven vrezen voor een gebrek aan financiering en bestuurlijke ondersteuning door de gemeenten. Incidentele regiomiddelen hebben vaak een beperkte looptijd van bijvoorbeeld drie jaar. Uit de gesprekken met experts sprak de overtuiging dat een digitale transformatie en de bouw van een gezamenlijke infrastructuur en productiefaciliteit een project van lange adem is.

Living labs en hubs

Naast deze cultuurpodia, die goed zichtbaar zijn als fysieke plek voor cultureel aanbod, bestaan in Nederland veel instellingen die thematisch samenwerken en gezamenlijk een netwerk vormen. Zo zijn er verspreid door Nederland lokale *living labs*, waarbinnen overheden, bedrijfsleven, kennisinstellingen, burgers of eindgebruikers en makers experimenteren met technologie en productiemethoden.¹³ *Living labs* zijn zowel een aanpak als een plek, waarin gezamenlijk wordt

¹² www.effenaar.nl/info/smart-venue

¹³ rathenau.nl/nl/berichten-aan-het-parlement/missiegedreven-innovatiebeleid-vraagt-samenwerking-lokaal-nationaal

geëxperimenteerd in een levensechte experimenteeromgeving. Culturele instituten als V2_, Tetem en Waag Society maken deel uit van vergelijkbare netwerken voor onderzoek op het snijvlak van maatschappij, technologie, wetenschap en cultuur.

Andere voorbeelden van samenwerkingsverbanden rondom digitaliserings-thema's zijn de werkgroep Cultuur en Media van de AI Coalitie en de regionale AI-hubs. Hierbinnen worden regionale activiteiten geïnitieerd, die aansluiten op het AiNed-investeringsprogramma.¹⁴ Dat programma zet in op grootschalige projecten om knelpunten aan te pakken met een lerende en integrale ketenbenadering, waarbij mensgerichte AI (*artificial intelligence*) voorop staat en overheid, onderwijs en onderzoek, bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en burgers samenwerken. De knelpunten liggen op het terrein van innovatie, kennisbasis, arbeidsmarkt, maatschappij en datadeling. Zowel de werkgroep als de AI-hubs bieden ook aan cultuurproducerende instellingen kansen om aan te sluiten op AI-vraagstukken, bijvoorbeeld met betrekking tot het bij elkaar brengen van vraag en aanbod en het personaliseren van de beleving.

2.4 DISTRIBUTIE

De afgelopen twee jaar is er, noodgedwongen door lockdowns, een rijke oogst ontstaan van innovatief digitaal aanbod, zoals livestreams van het Nederlands Dans Theater, Internationaal Theater Amsterdam en het NITE Hotel van Club Guy and Roni en het Noord Nederlands Toneel, dat een groot en divers publiek trok. Bij ITALive verkocht men gemiddeld zeventuizend kaartjes en gaf 49 procent van de kijkers aan met meerdere mensen te kijken. Bovendien was 30 tot 50 procent nieuw publiek voor ITA. Maar liefst 48 procent van de bezoekers woonde buiten Amsterdam, en 21 procent keek vanuit het buitenland (78 landen). Dit toont het grote potentieel van digitaal aanbod aan.

Commerciële platforms

Voor de verspreiding van online digitaal aanbod zijn producenten op dit moment nog grotendeels afhankelijk van platforms met een ingebouwde streamingfunctie, zoals YouTube, Vimeo of VIXY Video, of van gespecialiseerde platforms als Picl (film), Mubi (film), Marquee TV (theater en dans), NPO Start (publieke omroepen) of Netflix. Voor de distributie van games zijn diverse dragers en hardware in de markt, al beconcurreren grote streamingplatforms elkaar inmiddels om zowel de productie als de online distributie van games in hun bedrijfsmodel te incorporeren.

Film wordt zowel gestreamd als in fysieke bioscopen vertoond. Daarnaast worden ook nog dvd's verkocht. Ook muziek wordt gestreamd en is ook nog te horen via dragers als cd's en tijdens liveoptredens op muziekpodia of festivals. Daarnaast kunnen cultuurproducerende instellingen gebruikmaken van socialmediakanalen die vrijwel allemaal van commerciële partijen zijn.

In de *metaverse* (een 3D-model van het internet, waarin de gebruiker als avatar kan rondlopen) verwacht de sector een nieuw platform te vinden voor digitaal cultureel aanbod. Ontwerpers van digitale architectuur, design en digitale mode bereiden zich hier al op voor. Zo biedt digitaal modehuis The Fabricant uitsluitend virtuele kleding aan, te kopen en te dragen door de bevolking van de *metaverse*.

Blijkens de expertgesprekken levert het voor cultuurproducenten dilemma's op om hun content via commerciële platforms te verspreiden. Zij ervaren een grote afhankelijkheid van streamingplatforms, evenals van bijvoorbeeld Google Analytics, dat aanbieders inzicht kan geven in gebruikersdata. Ook hebben zij weinig of geen onderhandelingsmacht ten aanzien van de verdeling van inkomsten tussen content-aanbieder en platform. Anderzijds hebben de commerciële platforms als voordeel dat het publiek deze platforms goed kent en er gepersonaliseerd wordt bediend. Omdat het publiek er in groten getale komt, is het logisch dat aanbieders van culturele content op die plekken vertoond willen worden. Technologiebedrijven hebben diepe zakken en investeren voortdurend om de gunst van het publiek te winnen. Non-profitorganisaties of overheden beschikken niet over dergelijk grote budgetten.

Centraal platform voor cultuur

Toch wordt de roep vanuit de culturele en creatieve sector luider om een platform te creëren waar publieke waarden als privacy, autonomie en controle worden gewaarborgd. Een initiatief als Public Spaces wil een veilige plek op het internet creëren voor aanbieders van publieke diensten, bijvoorbeeld zorgorganisaties en bibliotheken. Met een inlogaccount kan het publiek digitaal cultuuraanbod opzoeken in zogenaamde *pubhubs*, privacy-veilige plekken op het internet. Dit experiment staat open voor culturele instellingen.¹⁵ Ook auteursrechten zijn in het gedrang op bestaande platforms. Er gaat weinig geld naar de makers. Een centraal publiek platform kan auteursrechten waarborgen.

DEN heeft een voorstel gedaan om in 2022 een verkenning uit te voeren naar een interactief digitaal kanaal voor cultuurpubliek en digitale publieksdata. Het ligt voor de hand om de ervaringen met NPO Cultuur hierin te betrekken. Tijdens de coronacrisis experimenteerde de NPO, onder andere met NPO Cultuur, al met het aanbieden van televisieadaptaties en registraties van culturele producties. Voor de culturele sector zijn de bereikte kijkersaantallen indrukwekkend. De raad is positief over de eenmalige injectie van 5 miljoen euro voor de NPO als podium voor cultuur.¹⁶

Platforms waarop artiesten online publiek bereiken en aanbod vermarkten, zijn niet nieuw. In de coronacrisis is er een aantal ontstaan, met verschillende verdienmodellen; gebaseerd op abonnementen, *pay per view* en/of advertenties. De belangrijke vraag is wie de gebruiker naar de inhoud gidst; een centraal platform heeft als voordeel dat er voorzien wordt in context en een gidsfunctie, naast de vindbaarheid van aanbod op één plek. Daarnaast is het waarborgen van publieke waarden van belang, voor zowel gebruiker als maker. Uit de gesprekken

¹⁵ www.pubhubs.net

¹⁶ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 'Hoofddlijnenbrief cultuur 2022: Herstel, vernieuwing en groei', 23 mei 2022.

met het veld blijkt dat producenten hechten aan het behoud van een eigen merkidentiteit voor online uitingen, of dit nu een televisieadaptatie, een registratie van een live opvoering of een *digital only* creatie betreft. Met de partijen in de culturele sector kan worden verkend hoe een centraal platform hier ruimte aan kan bieden, evenals aan het (gepersonaliseerd) curatorschap.

Tot slot is het van groot belang dat zoveel mogelijk partijen toegang krijgen, van groot tot klein. Hierbij zou gedacht kunnen worden aan een systeem waarin de sterkste schouders de zwaarste lasten dragen, zodat minder bemiddelde partijen niet buiten de boot vallen en ook zij hun aanbod op het platform kunnen tonen. De raad merkt op dat er verschillende budgetten zijn waaruit kan worden geput: het mediabudget, bijvoorbeeld aan te wenden voor de distributie, en het cultuurbudget, bijvoorbeeld aan te wenden voor de productie.

2.5 PUBLIEK

Door digitalisering hebben producties een groot publiek bereikt. Het gaat vaak om aantallen die met voorstellingen in theaterzalen niet, of pas na maanden optreden, gehaald kunnen worden.

Het misverstand dat online aanbod op live bezoek kannibaliseert, wordt door praktijkvoorbeelden ontkracht. Zo bleek het Britse NTLive, dat theaterproducties naar bioscopen (live)streamt, ook in Londense bioscopen kaarten te verkopen terwijl het live toneelstuk op steenworp afstand speelde.¹⁷

Inclusie

Onder andere op het gebied van inclusie biedt digitalisering grote kansen. Publiek dat niet naar de zaal kan of durft te komen of publiek dat in het buitenland woont, maakt dankbaar gebruik van het digitale aanbod. Een krachtig voorbeeld van de nieuwe mogelijkheden om publiek te trekken vindt de raad de voorstelling *Een pleidooi voor zelfmoord* van KOPERGIETERY en KGbe, die speelde bij Maaspodium inclusief een voor- en nagesprek. Een livestream voor het gehele programma was beschikbaar voor jongeren die het heftige verhaal liever vanuit de privacy van hun kamers volgden en meepraatten via de laptop.

Grote delen van het potentiële online publiek worden echter (nog) niet bereikt door culturele instellingen. Digitalisering kan ertoe leiden dat deze groepen geïnteresseerd raken in vooralsnog onbekende cultuuruitingen. Hierop moet worden ingezet, niet alleen met nieuwe vormen van productie maar ook door de online communicatiemogelijkheden te benutten.

Daar staat tegenover dat met digitale uitingen ook bepaald publiek niet wordt bereikt; denk aan mensen met beperkte digitale vaardigheden of een te beperkt budget om IT-middelen aan te schaffen.

17 Uit een gesprek met David Sabel, oprichter NTLive.

Digital natives

Om de zogenaamde *digital natives* te bereiken, is digitaal aanbod noodzakelijk. ‘Deze jongere generaties, zoals de generatie Z geboren tussen 1995 en 2010, gebruiken internet dagelijks voor sociale contacten en kennisuitwisseling, en oriënteren zich online op het cultuuraanbod. Zij vormen het cultuurpubliek van de toekomst. Voor de generatie Z speelt het online leven een radicaal andere rol dan voor de generaties die nog zonder computer opgroeiden. Hoe deze digitaal georiënteerde generatie theaterliefhebbers zich het beste laat aanspreken, wordt momenteel onderzocht door Theater Utrecht, DOX en de afdeling Games and Interaction van de HKU. In hun ‘Innovation:Lab’, een van de Innovatielabs, laten zij makers experimenteren met *mixed reality*-theatertechnieken en vertelmethodes speciaal voor deze nieuwe doelgroep.

Publieksdata

De behoefte van potentieel online publiek in Nederland is nog niet of nauwelijks in kaart gebracht. Er zijn voorbeelden van publieksonderzoek in het buitenland waaruit blijkt dat het kunstbegrip van het online publiek behoorlijk ruim is.¹⁸ Hieronder worden games geschaard, filmpjes op YouTube en digitale kunst die via social media wordt gedeeld. Uit een inventarisatie van DEN in 2020 bleek dat culturele instellingen nog nauwelijks publieksdata analyseren om op strategisch niveau in te zetten.¹⁹ Buiten het gesubsidieerde deel van de culturele en creatieve sector is het verzamelen en gebruiken van publieksdata al een vanzelfsprekender en belangrijker onderdeel van de bedrijfsvoering.

Inmiddels is over de hele linie het besef gegroeid dat online een groot en divers publiek kan worden gevonden. Een pionier op dit vlak is de organisatie Rotterdam Festivals, die samen met de gemeente Rotterdam onderzocht hoe de diverse doelgroepen voor cultureel aanbod in de stad beter kunnen worden bediend.²⁰ De Taskforce Publieksdata beoogt een stap verder te gaan en heeft tot doel publieksinzicht en kennis en kunde over publieksdata in de sector te vergroten en samenwerking te bevorderen. Aan het programma zijn diverse onderzoeken voorafgegaan. Hieruit blijkt dat culturele instellingen hun artistieke, economische en maatschappelijke impact kunnen vergroten door data-gedreven samen te werken. De taskforce geeft samen met andere partijen uit de sector invulling aan het motto ‘meer met publieksdata’.

Een ander initiatief is ‘Everybody in the (art)house!’ van het platform Picl, dat in samenwerking met Rotterdam Festivals en Medialoc in een van de Innovatielabs van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie onderzoekt hoe culturele instellingen hun digitale of hybride aanbod kunnen benutten om hun publiek te verbreden. De raad noemt ook, eveneens als onderdeel van de Innovatielabs, het initiatief van Public Spaces om in samenwerking met het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, de NPO en Waag in het ‘Living Lab Open Cultuurdata’ te leren hoe *open source*-technologie kan bijdragen aan een groter bereik en betere vindbaarheid van het online aanbod van culturele producties.

18 Australia Council for the Arts 2021, ‘In Real Life: Mapping digital cultural engagement in the first decades of the 21st century’, 2021.

19 DEN, Willem Wijgers, Marcus Cohen, Maaïke Verberk, ‘Publieksdata in de culturele sector’, maart 2020.

20 Rotterdam Festivals, ‘Wat wil het publiek’, 2015.

Tot slot wijst de raad op de mogelijkheden van digitalisering voor niet alleen het primaire proces en het product, maar ook de marketing daarvan. Door in marketingprocessen gebruik te maken van en te investeren in digitale mogelijkheden, kan men veel te weten komen over het publiek en kunnen nieuwe doelgroepen worden bereikt.

2.6 ARCHIVERING

Digitalisering maakt het archiveren van producties gemakkelijker. In de culturele en creatieve sector is het inmiddels gemeengoed om (live) voorstellingen te registreren, evenals live evenementen als debatten, festivals en muziektredens. Deze opnamen maken het voor publiek mogelijk om online terug te kijken. Voor een succesvolle digitale transformatie en een hybride werkwijze is het noodzakelijk dat culturele instellingen een strategische visie ontwikkelen met betrekking tot hun digitale ambities.

Bij erfgoedinstellingen behoort digitalisering van collecties tot de doelstellingen van hun beleid, met het oog op het bruikbaar en zichtbaar maken van hun collecties en het beheren ervan. Bij cultuurproducerende instellingen in bijvoorbeeld de podiumkunsten zijn gedachten over archiveren en (online) ontsluiten van aanbod nog pril. Deze instellingen maken tegenwoordig weliswaar vaak registraties van ontwikkelprocessen en podiumuitvoeringen, maar het systematisch archiveren van hun werk behoort voor hen nog niet tot hun beleidsdoelstellingen. Hun opdracht ligt eerder in het maken en tonen van live cultureel aanbod dat vaak maar één seizoen te zien of te horen is. De gemaakte registraties dienen veelal het geheugen van de makers en dat van volgende generaties, maar zijn meestal te laag van kwaliteit om ze nu of in de toekomst uit te zenden. Met de toenemende digitalisering verandert de functie van registraties; het maken van opnamen met het oog op online vertoning stelt hogere kwaliteitseisen. Dit vraagt om extra investeringen in bijvoorbeeld regie en opnameapparatuur. Bijkomend voordeel is dat er straks ook buiten de erfgoedsector, zoals in de podiumkunsten, archieven met materiaal van hoge kwaliteit kunnen worden aangelegd. Met deze opdracht houdt de landelijke netwerkorganisatie Podiumkunst.net zich bezig. Sinds 2021 wordt deze nieuwe instelling via de BIS gesubsidieerd om, onder meer, digitale podiumkunstenarchieven via een landelijk platform toegankelijk te maken. Met name op het terrein van muziekarchieven is progressie geboekt. De organisatie heeft ook de opdracht om de deskundigheid op het gebied van digitale archivering in de podiumkunstensector te bevorderen.

De erfgoedsector in Nederland is, vergeleken met andere landen, al ver met het digitaliseren van collecties. Dankzij de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed ligt er een stevige basis. Dit betekent echter niet dat het werk is gedaan. Vooral kleinere instellingen worstelen met het digitaliseringsproces. Wanneer zij erin geslaagd zijn om collecties te digitaliseren, hebben zij hulp nodig bij de exploitatie en ontsluiting ervan. Juist in het publiek maken van de gedigitaliseerde erfgoedcollectie schuilt volgens de raad de grote kracht van digitalisering.

Uit de gevoerde gesprekken bleek dat er behoefte bestaat aan toolboxen voor het maken van bijvoorbeeld online tentoonstellingen of online congressen. Ook kunnen grotere erfgoedinstellingen een regionale functie vervullen en kleinere instellingen op sleeptouw nemen. De Nationale Strategie Digitaal Erfgoed, uitgevoerd door het Netwerk Digitaal Erfgoed, is hierbij een waardevol instrument gebleken en wijst ook op het belang van gemeenschappelijke voorzieningen en op gebruikers gerichte ontsluiting. De strategie werd recentelijk uitgebreid om ook de kunsten en de creatieve industrie te omvatten.²¹

Tot welke voordelen met betrekking tot het publieksbereik en de bruikbaarheid van materiaal dit kan leiden, is in de erfgoedsector zichtbaar geworden na een intensiveringsregeling. Deze regeling is een aanvulling op de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed met als doel het bereik en het actieve gebruik van digitale erfgoedcollecties te vergroten en daarbij meer aandacht te besteden aan de wensen van gebruikers. De digitalisering van archieven en het onderling verbinden van data heeft geleid tot een landelijk netwerk van aanbieders en tot een centraal platform, waar publiek archieven van meer dan tachtig instellingen kan raadplegen.²² Ook de digitale Collectie Nederland wordt ingericht volgens de principes van de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed en sluit aan op Europeana.²³ Via dit platform zijn de collecties van 190 musea en andere cultuurinstellingen te vinden. De raad volgt met belangstelling de verdere uitvoering en ontwikkeling van de strategie.

21 Netwerk Digitaal Erfgoed en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 'Nationale Strategie Digitaal Erfgoed', maart 2021.

22 www.archieven.nl

23 www.collectienederland.nl

3. CONCLUSIES

Op basis van bovenstaande observaties komt de raad tot een aantal conclusies, die hij in het volgende hoofdstuk vertaalt in aanbevelingen aan het Rijk, decentrale overheden en de culturele en creatieve sector.

3.1 ALGEMEEN

Transformatie

De samenleving bevindt zich in een periode van transformatie door verregaande digitalisering, in hoog tempo. Onder invloed van toenemende digitale mogelijkheden verandert de creatieketen in de culturele en creatieve sector mee. Het is noodzakelijk om deze digitale transformatie in de sector aan te moedigen en te ondersteunen; om mee te kunnen, om de bedreigingen af te wenden die met deze transitie gepaard gaan, en vooral om de kansen ervan te benutten.

3.2 MOGELIJKHEDEN EN KANSEN

De digitale transformatie draagt in hoge mate bij aan de doelstellingen van cultuurbeleid. Ze biedt kansen voor het vernieuwen van creatie, het verrijken van het culturele aanbod, het vergroten en verbreden van publieksbereik en het verdiepen van de bezoekerservaring. Daarnaast vergroot een stevige digitale werkpraktijk de wendbaarheid van de sector in crises, en kan de digitale transformatie bijdragen aan de economische en maatschappelijke versterking van de sector.

Vernieuwing van creatie en verrijking van het culturele aanbod

Digitalisering biedt oneindige mogelijkheden om het culturele aanbod te verrijken met hybride vormen *én* met geheel nieuwe manieren van kunst- en cultuurproductie. Voorbeelden daarvan zijn in dit advies veelvuldig aan bod geweest.

Vergroting en verbreding van publieksbereik en verdieping van de publiekservaring

Digitalisering biedt aantoonbaar goede mogelijkheden om een groot, breed en nieuw publiek aan te boren voor de culturele en creatieve sector en om nieuwe verhoudingen tussen maker en publiek te verkennen. Er kan publiek van over de hele wereld worden bereikt. Fysieke barrières verdwijnen voor bijvoorbeeld ouderen, mensen met een beperking of mensen die zich niet thuis voelen in een theater, museum of concertzaal. Voor *digital natives* is digitale aanwezigheid van cultureel aanbod noodzakelijk.

De sector staat klaar om dit digitale publiek te bedienen. Hij heeft laten zien graag te willen experimenteren en nieuwe horizonnen te verkennen, zoals onder meer bleek uit de forse overschrijving van de open oproep voor de Innovatielabs (174 aanvragen, 16 gehonoreerd). Door de zestien geselecteerde coalities wordt op uiteenlopende manieren invulling gegeven aan de uitdagingen van digitalisering. Van dergelijke initiatieven wordt niet verwacht dat er tegenover de investering direct toerekenbare financiële opbrengsten staan. Maar maatschappelijke baten,

gerelateerd aan de doelen van het cultuurbeleid, wegen volgens de raad zoals gezegd even zwaar.

Digitalisering heeft ook voordelen voor het delen en gebruiken van publieksdata. Slim en strategisch gebruik van deze informatie kan ertoe leiden dat instellingen hun publiek beter leren kennen en dat publiek eerder in aanraking komt met aanbod dat het interessant vindt. Ook kunnen data helpen publiek te identificeren dat nog niet of nauwelijks wordt bereikt.

Vergroten van wendbaarheid

Digitalisering maakt de culturele en creatieve sector wendbaarder in tijden van crisis. De sector heeft tijdens de coronacrisis veel schade geleden doordat lockdowns live cultuurbezoek onmogelijk maakten. Het alternatieve, digitale podium bood in die omstandigheden gedeeltelijk soelaas. Zowel de sector als geheel als individuele instellingen zijn met een hybride werkpraktijk beter bestand tegen tegenslagen. De raad wijst op het grote belang van een wendbare sector, zowel voor toekomstige coronagolven als voor de algemene gezondheid van de sector.

Economische en maatschappelijke versterking van de sector

Er blijken grote kansen te liggen voor nieuwe samenwerkingsverbanden tussen de culturele en creatieve sector en andere domeinen, zoals private (tech)bedrijven, media en onderwijsinstellingen. Dit werd recent zichtbaar in de coalities die zich hebben moeten vormen ten behoeve van de Innovatielabs. In de loop van 2023 komt er meer zicht op de resultaten van deze samenwerkingen. Alleen door het benutten van de kracht van Nederlandse technologiebedrijven, media en onderwijs in combinatie met kunst en cultuur kan de sector zich versterken en verbreden, ook in internationaal en Europees verband. Daarbij kan de sector zich nog beter verbinden aan maatschappelijke opgaven en kan hij meer profiteren van de economische meerwaarde die te behalen is op het snijvlak van technologie, wetenschap en kunst en cultuur.

3.3 DREMPELS EN BEDREIGINGEN

De raad ziet ook drempels en barrières voor een succesvolle digitale transformatie van de sector. Deze liggen met name in de versnippering van de sector, de ongelijke kansen voor kleine en grote organisaties, de beperkte toegang tot financiële middelen, het ontbreken van digitale kennis binnen organisaties en de onzekere arbeids- en rechtspositie van makers en uitvoerenden.

Versnippering van de sector

De culturele en creatieve sector bestaat uit een verzameling kleine en middelgrote organisaties. Zelfs de omvangrijkste organisaties zijn geen grote bedrijven. Digitalisering komt niet van de grond zonder samenwerking; vrijwel geen individuele partij heeft voldoende slagkracht of middelen om een substantiële ontwikkeling in gang te zetten.

Toch ziet de raad dat veel organisaties zelf het wiel proberen uit te vinden. Dit valt gedeeltelijk te verklaren doordat instellingen hun onderscheidende profiel willen bewaken. Bovendien maakt de vierjarige subsidiecyclus veel instellingen

tot elkaars concurrenten. Deze ‘ieder voor zich’-aanpak draagt echter het risico in zich dat het online aanbod versnipperd en dat er geen voordelen te behalen zijn uit schaalvergroting. Hoewel verregaande samenwerking in de sector niet vanzelfsprekend is, is deze voor een geslaagde digitale transformatie wel noodzakelijk. Door gezamenlijk op te trekken, ontstaat marktmacht en kan gezamenlijk worden ingekocht. Zo kunnen gedeelde belangen worden aangepakt, bijvoorbeeld ten aanzien van productiefaciliteiten of het delen van publieksdata.

Ongelijke kansen voor groot en klein

Er dreigt een kloof tussen kleine en grote organisaties, en tussen gesubsidieerde en niet-gesubsidieerde delen van de sector. Grote, publiek gefinancierde instellingen hebben meer middelen en slagkracht voor digitalisering, terwijl de veel talrijkere kleine organisaties daar simpelweg geen menskracht of middelen voor hebben. Vanuit de verantwoordelijkheid die de grote (BIS)-instellingen dragen voor de keten zou het logisch zijn dat zij samenwerken en de deur openzetten voor kleinere instellingen voor het delen van faciliteiten en kennis.

Beperkte toegang tot financiële middelen

Er is een tekort aan (financiële) middelen om overtuigend te kunnen experimenteren en werken met de productie van digitaal aanbod. Hiervoor zijn investeringen nodig en nauwe samenwerking tussen partijen binnen en buiten de sector. Zo komt kennis bij elkaar en kunnen faciliteiten gedeeld worden. Daarnaast zijn de subsidie-instrumentaria van Rijk, decentrale overheden en fondsen vooralsnog onvoldoende toegerust op digitaal of hybride werken.

Gebrek aan digitale kennis

Er bestaat een mismatch tussen vraag en aanbod van relevante (digitale) vaardigheden en expertise in de creatieketen van verschillende subsectoren. De vaardigheden en expertise van werkenden in de sector blijven achter bij de nieuwe eisen die de digitale transformatie stelt. Er is behoefte aan digitaal onderlegd personeel op elk onderdeel van de creatieketen. Voor deze groep moet de aantrekkingskracht van werken in de culturele en creatieve sector vergroot worden.

Om daarnaast een digitale strategie duurzaam in de bedrijfsvoering te verankeren, spelen bestuurders en directies een belangrijke rol. Om deze beslissers en toezichthouders te voeden met kennis over digitaliseringsstrategieën is kennis- en ervaringsuitwisseling belangrijk, bijvoorbeeld in de vorm van cursussen of werkgroepen.

Zwakke positie van makers en uitvoerenden

De (arbeids- en rechts)positie van makers en uitvoerenden is zwak. Digitalisering vergroot de onzekerheid over hun positie. Te vaak leidt werken in het digitale domein tot een onevenredige verdeling van de vruchten van het werk. Ook de strekking van het auteursrecht wordt slecht gekend. In de uitvoering van de aanbevelingen die de raad in het volgende hoofdstuk doet, dient de positie van makers en uitvoerenden – zonder wie geen aanbod tot stand komt – prioriteit te krijgen.

4. AANBEVELINGEN

Op grond van voorgaande analyse en conclusies constateert de raad een aantal prangende behoeften in de culturele en creatieve sector waarop hij zijn aanbevelingen baseert:

- Er is behoefte aan een langetermijnvisie en -strategie voor de digitale transformatie van de culturele en creatieve sector.
- Er is behoefte aan samenwerking en kostendeling, omdat de digitale transformatie voor de meeste individuele spelers in de culturele en creatieve sector te duur is.
- Er is behoefte aan gezamenlijk te gebruiken productiefaciliteiten voor digitaal werk, zoals opname- en geluidsapparatuur, hard- en software voor grafische bewerking en editing, studiomateriaal, et cetera. Hiervoor is fysieke en financiële ruimte nodig, naast effectieve samenwerking binnen en buiten de sector.
- Er is behoefte aan een centraal distributieplatform voor digitaal cultureel aanbod, dat goed vindbaar moet zijn voor publiek. Dit platform moet voldoen aan publieke waarden, wat de commerciële technologiebedrijven minder geschikt maakt.
- Er is behoefte aan slimmer delen en gebruiken van publieksdata, zowel voor de sector om zijn publiek beter te leren kennen en te vinden, als voor publiek om passend aanbod te vinden. De raad volgt wat betreft dit punt de vorderingen van de Taskforce Publieksdata, die beoogt culturele instellingen in de toekomst in staat te stellen om op basis van gedeelde publieksdata een meer gepersonaliseerd aanbod te bieden aan publiek.

Bovenstaande constatering brengen de raad tot de volgende aanbevelingen:

Urgent op zeer korte termijn:

1. Stel een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda op voor en met de culturele en creatieve sector.
2. Verken de mogelijkheden voor een digitaal platform.

Belangrijk op korte termijn:

3. Stimuleer sectorbreed het ontwikkelen en vergroten van digitale vaardigheden en expertise.
4. Ondersteun sectorbrede, regionale praktijknetwerken.
5. Pas sectorbreed het subsidie-instrumentarium aan om de digitale transformatie te bevorderen.

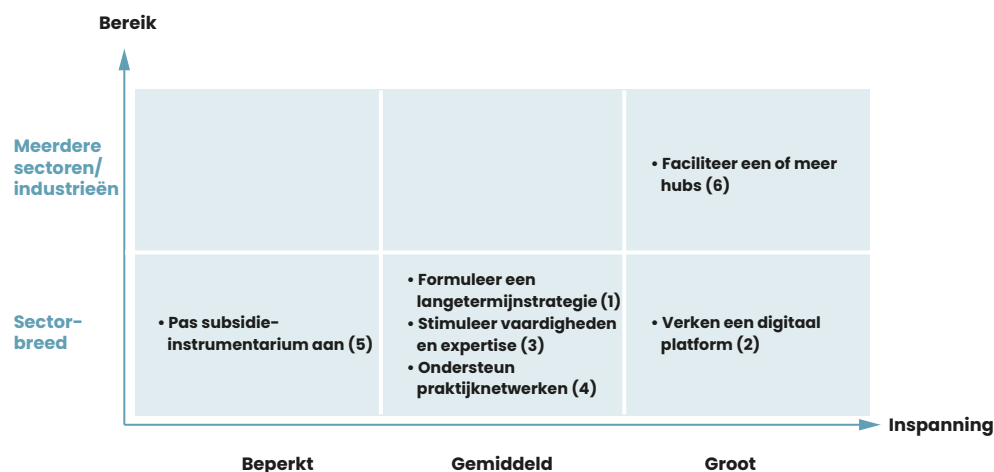
Wenselijk op middellange termijn:

6. Ondersteun en faciliteer een sector- en industrie-overstijgend ecosysteem (hub).

De aanbevelingen worden hieronder toegelicht. Zij vormen volgens de raad het antwoord op de vraagstelling die aan dit advies ten grondslag ligt: welke maatregelen op de korte en middellange termijn noodzakelijk zijn, opdat de digitale transformatie duurzaam kan worden voortgezet, hoe de overheid de sector kan helpen kansen te benutten en risico's te helpen beteugelen, en hoe de digitale

transformatie kan bijdragen aan de realisatie van de doelstellingen van cultuurbeleid. De raad meent dat de overheid met zijn aanbevelingen in de hand een wezenlijke bijdrage kan leveren aan een verregaande digitale transformatie van de culturele en creatieve sector. Deze zal een positieve omslag betekenen voor de artistieke werkpraktijk, het culturele aanbod, het publieksbereik en de publieksbeleving, en voor de economische en maatschappelijke positie van de sector.

Overzichtsmatrix



4.1 URGENT OP ZEER KORTE TERMIJN

Aanbeveling 1

Stel een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda op voor en met de culturele en creatieve sector.

Gericht aan: ministerie van OCW, ministerie van EZK, ministerie van BZK, sector.

Aanbeveling

- Stel een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda op, met beleidsconsequenties en financiële middelen om dit beleid uitvoerbaar te maken.
- Doe dit naar voorbeeld van het Verenigd Koninkrijk met 'Culture is Digital'²⁴ en/of de Digitaliseringsagenda voor het Primair en Voortgezet Onderwijs.²⁵ Kijk hierbij ook naar relevante Europese programma's.
- Bepaal *bottom-up* de speerpunten van deze strategische digitaliseringsagenda, in nauwe samenwerking met de culturele en creatieve sector, maatschappelijke organisaties, andere overheden en cultuurfondsen.
- Betrek in de strategische digitaliseringsagenda de beleidskaders voor een duurzame, veilige digitale infrastructuur, productiefaciliteiten, onderwijsvoorzieningen, het beschikbaar maken van digitaliseringskennis en -kunde, een coalitie- of partnerplan, een visie op publieksengagement en een financieel dekkingsplan.

²⁴ Verenigd Koninkrijk, Department for Culture, Media & Sport, 'Culture is Digital', maart 2018.

²⁵ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, ministerie van Economische Zaken en Klimaat, PO-Raad, VO-raad en Kennisnet, 'Digitaliseringsagenda Primair en Voortgezet Onderwijs', maart 2019.

- Breng de strategische digitaliseringsagenda ook in relatie tot de uitgangspunten van het coalitieakkoord 2021-2025²⁶ en met het beleid van de staatssecretaris voor Koninkrijksrelaties en Digitalisering.

Toelichting

Het ontbreekt de overheid en de culturele en creatieve sector aan een langetermijnbeleidsvisie op de digitale transformatie van de sector. De raad vindt dit een gemis. Hij adviseert daarom een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda op te stellen voor en met de culturele en creatieve sector. Een dergelijke agenda dient bottom-up, in samenwerking met de sector, tot stand te komen en dient een kader te bieden voor specifieke programma's, alsmede een ontwikkelingsperspectief voor culturele instellingen.

Een dergelijke meerjarige, strategische digitaliseringsagenda moet concrete beleidsdoelen bevatten voor de korte, middellange en lange termijn. Zij biedt een kader voor grote ontwikkelingen op het gebied van publieksontwikkeling, hoogwaardige contentproductie en nieuwe distributiekkanalen. Een dergelijke agenda helpt de sector het aanwezige potentieel te benutten en de kansen tot digitale innovatie te verzilveren die tijdens de coronacrisis hun momentum kregen. Zij voorkomt bovendien dat cultuurproducerende instellingen afhankelijk blijven of worden van ad-hocbeleid, te krappe financiering en (te) beperkte faciliteiten voor het ontwikkelen, archiveren en hergebruiken van digitaal aanbod.

Voor de ontwikkeling van een meerjarige, strategische digitaliseringsagenda kan het beleidsproces rond de totstandkoming van de Nationale Strategie Digitalisering Erfgoed als voorbeeld dienen. Inhoudelijk is de *position paper* van de in 2019 in het leven geroepen AI Coalitie relevant, waarin wordt gewezen op de koploperspositie van Nederland op het gebied van digitalisering.²⁷

Een ander sprekend, buitenlands voorbeeld is het rapport '*Culture is digital*' van het Department for Digital, Culture, Media & Sport van het Verenigd Koninkrijk. De belangrijkste thema's daarin zijn het vergroten van publieksbetrokkenheid, het vergroten van vaardigheden en expertise in de culturele sector en een toekomststrategie om artistieke innovatie mogelijk te maken.²⁸ De Nederlandse culturele en creatieve sector heeft behoefte aan beleid op vergelijkbare thema's. De raad verwijst voor een interessant voorbeeld ook naar de digitaliseringsagenda voor het Primair en Voortgezet Onderwijs (2019), die een specifieke uitwerking is van de overkoepelende Nederlandse Digitaliseringsstrategie (2018).

Indicatie doorlooptijd: tien maanden

²⁶ Rijksoverheid, VVD, D66, CDA en ChristenUnie, 'Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst. Coalitieakkoord 2021-2025', december 2021. Zie vooral het punt onder 'Digitalisering', pagina 33: 'Wetenschap, bedrijfsleven, "startups", "scale-ups", kenniscoalities en overheid slaan de handen ineen om de kansen die digitale technologie biedt te verzilveren.'

²⁷ De Kunst Van Ai Voor Iedereen, Nederlandse AI Coalitie (NL AIC), 2022 coördineert de Nederlandse activiteit op dit gebied. Het initiatief onderscheidt verschillende toepassingsgebieden, waaronder cultuur en media.

²⁸ Verenigd Koninkrijk, Department for Culture, Media & Sport, 'Culture is Digital', maart 2018.

Aanbeveling 2

Verken de mogelijkheden voor een digitaal platform.

Gericht aan: ministerie van OCW, sector.

Aanbeveling

- Verbind een uitvoerbaar beleidsplan aan de uitkomsten van de voorgenomen verkenning van DEN naar een interactief digitaal platform, waarin onder meer aan bod komt op welke wijze en onder welke voorwaarden een digitaal platform tot stand kan komen en waarin eventuele juridische obstakels worden geïdentificeerd en opgelost.

Toelichting

De culturele en creatieve sector heeft behoefte aan streamingplatforms met voldoende capaciteit en bandbreedte, ingebed in een passende, publieke context. Een platform is in deze context een online uitzendkanaal met digitale programmering.

Volgens de raad is het verkennen van een dergelijk platform noodzakelijk om de toegankelijkheid, pluriformiteit en kwaliteit van het culturele en creatieve aanbod te bevorderen. Hiermee worden alle vier de doelstellingen van cultuurbeleid gediend. Online producties moeten zoveel mogelijk vindbaar zijn, er moet ruimte zijn voor nieuw digitaal werk en makers moeten de gelegenheid krijgen om zich ten volle te begeven in het digitale domein. Daarnaast moet het platform vrije ruimte bieden voor kritische (maatschappelijke) reflectie.

Op dit moment is het digitale aanbod nog versnipperd en blijven kansen om met kwalitatief hoogwaardig digitaal cultuuraanbod een groot en divers publiek te bereiken onbenut.

Vooraf voor de podiumkunstensector is een nationaal, digitaal podium van groot belang. Via streamingplatforms kan het publiek dat tijdens de coronapandemie werd vergroot en verbreed duurzaam worden bediend. Een nationaal platform voor distributie van kwalitatief hoogwaardig, digitaal aanbod vergroot de vindbaarheid en toegankelijkheid van cultureel aanbod, en daarmee het cultuurbereik. En valt er voor culturele instellingen winst te behalen uit gezamenlijke marketinginspanningen en gezamenlijk publieksbeleid.

De raad is ervan overtuigd dat een dergelijk platform zal bijdragen aan de verspreiding van en de belangstelling voor cultuuruitingen, ook voor het live aanbod. Tot nu toe is gebleken dat digitaal aanbod de belangstelling voor het fysieke aanbod versterkt, zoals al te zien was in de erfgoedsector en de muzieksector.

De raad ziet grofweg twee varianten om gestalte te geven aan een dergelijk platform:

1. De sector initieert een zelfstandig initiatief.
2. De sector zoekt aansluiting bij het nationale platform van de NPO.

Bij het overdenken en inrichten van een dergelijk platform moeten juridische obstakels worden geïdentificeerd en opgelost. Andere vragen hebben betrekking op privacy, toegangscriteria, curatorschap, verdienmodellen en het principe van *fair share*, omgang met publieksdata en CRM-systemen. Daarnaast moeten de publieke waarden in acht worden genomen en moet vooral worden geredeneerd vanuit het belang van de gebruiker.

De raad is er geen voorstander van om voor het digitale platform gebruik te maken van bestaande streamingfaciliteiten als YouTube, VIXY Video en Vimeo. Dit gebeurt nu wel bij gebrek aan een publiek alternatief, met als voordelen het hoge aantal bezoekers van deze platforms, de ruime technische mogelijkheden en de kostenbesparing die gebruik van bestaande faciliteiten de sector oplevert. Voor de raad valt deze optie echter af met het oog op publieke waarden en de vier doelstellingen van cultuurbeleid. Publieke waarden kunnen in deze setting moeilijk worden veiliggesteld. Commerciële platforms en faciliteiten zullen bijvoorbeeld gebruikersdata voor hun belangen willen inzetten. Het is daarnaast onwaarschijnlijk dat makers en uitvoerenden een eerlijk deel van de inkomsten zullen ontvangen, zoals nu ook al zichtbaar is bij bestaande aanbieders.

Zelfstandig initiatief

Een eerste alternatieve mogelijkheid is om als sector zelf (of in samenwerking) platforms te bouwen en in gebruik te nemen. Dit zou door de overheid kunnen worden ondersteund. Er is hiervoor een stevige investering nodig. Voordelen zijn dat deelnemende partijen een veel grotere mate van eigenaarschap behouden en zelf de voorwaarden kunnen vaststellen waaronder het platform functioneert. Een voorbeeld hiervan uit de filmsector is Picl, een samenwerking tussen de Nederlandse filmhuizen en Stichting Nederlandse Filmpromotie die wordt ondersteund door Creative Europe en het Filmfonds.

Samenwerking met een nationaal platform van de NPO

Een tweede mogelijkheid is om aansluiting te zoeken bij een bestaand platform met voldoende capaciteit en bereik, waarvan de technische infrastructuur kan worden benut. De raad ziet hiertoe goede mogelijkheden bij een publiek platform als de NPO, ook omdat dit platform de publieke waarden waarborgt en al ervaring heeft met de programmering van televisieadaptaties van culturele producties. Tijdens de recente lockdowns bood het hiermee onder het motto 'Actieplan Cultuur' ruimte aan podiumkunsten.

De NPO heeft een publieke mediaopdracht die bestaat uit 'het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, waaronder journalistieke inhoud, cultuur en opleiding, via alle beschikbare aanbodkanalen.'²⁹ Met deze opdracht als uitgangspunt ligt het voor de hand om de NPO bij de verkenning te betrekken. Het platform kan bij deze variant worden bekostigd uit de mediabegroting; de productie van aanbod kan worden bekostigd uit de cultuurbegroting. In dit geval moeten de randvoorwaarden omtrent privacy, toegangscriteria, curatorschap, verdienmodellen en

²⁹ Mediawet, Artikel 2.1., 2008.

het principe van *fair share*, omgang met publieksdata en CRM-systemen in acht worden genomen.

Indicatie doorlooptijd: Verkenning zes maanden; productie van een beleidsplan drie maanden, afhankelijk van de uitkomsten van de verkenning. Implementatie start na ten hoogste één jaar.

4.2 BELANGRIJK OP KORTE TERMIJN

Aanbeveling 3

Stimuleer sectorbreed het ontwikkelen en vergroten van digitale vaardigheden en expertise.

Gericht aan: ministerie van OCW, ministerie van SZW, cultuurfondsen, provincies, gemeenten, sector.

Aanbeveling

- Breng op korte termijn de kennis over de digitale transformatie in de culturele en creatieve sector op niveau, zodat de sector en individuele instellingen een visie op digitalisering in de bedrijfsvoering kunnen verankeren.
- Stel de geaggregeerde resultaten van online *self-assessments* aan de sector beschikbaar, zodat kennis en ervaring kunnen worden gedeeld. Neem hierbij een voorbeeld aan de Vlaamse aanpak van Meemoo, Vlaams instituut voor het archief. Gebruik tevens het door DEN ontwikkelde Focusmodel.³⁰
- Help de sector op korte tot middellange termijn aan te sluiten bij om- en bijscholingsprogramma's van het Rijk, waarbij ook vaardigheden en expertise voor digitalisering op de agenda staan. Zorg ervoor dat er bij 'werk naar werk'-initiatieven als Stichting De Buitenboordmotor pilots voor culturele- en erfgoedinstellingen worden ingericht.
- Maak IT-skills en -expertise toegankelijk voor de culturele en creatieve sector, al dan niet tijdelijk. Hiervoor kan gedacht worden aan aansluiting bij 'van werk naar werk'-initiatieven die (bij)scholing, stages en werkervaringsopdrachten afstemmen met de culturele sector, zoals Stichting De Buitenboordmotor. Zet daarnaast het programma Permanente Professionele Ontwikkeling (PPO) blijvend in, via Platform ACCT.
- Vergroot de aantrekkingskracht van de culturele en creatieve sector, bijvoorbeeld door technologiepartijen te wijzen op de uitdagende digitaliseringsvraagstukken die hier leven. Neem een voorbeeld aan de aanpak met techkampioenen in het Verenigd Koninkrijk.
- Stimuleer en organiseer cross-overs tussen het IT-onderwijs en het cultuuronderwijs op (kunstvak)hogescholen, vergelijkbaar met de minors van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, en andere leer- en ontwikkelplekken binnen de sector.

Toelichting

Om de kansen van digitalisering op het gebied van artistieke vernieuwing, publieksbereik, samenwerking en archivering optimaal te benutten, heeft de culturele en creatieve sector hooggekwalificeerde technische kennis nodig. Deze kennisvergroting is ook noodzakelijk om niet afhankelijk te raken of te blijven van grote, commerciële techpartijen als de digitale transformatie zich steeds verder ontwikkelt.

Echter, de culturele en creatieve sector kent een zichtbaar tekort aan IT-expertise, onder andere door de onzekere financiële positie, het lage salarisniveau en het beperkte beroepsperspectief ten opzichte van grote, innovatieve, commerciële bedrijven. Het is daarom noodzakelijk dat de sector zichtbaarder en aantrekkelijker wordt voor IT-professionals.

Tegelijkertijd worden grote aantallen werkenden gestimuleerd om te migreren naar een ander werkveld. Het initiatief De Buitenboordmotor beoogt in samenwerking met overheden 'loopbruggen' te creëren, waarover werkenden begeleid van de ene naar de andere sector kunnen overstappen. In het onderwijs worden al succesvolle verbindingen gelegd tussen IT-onderwijs en kunstvakonderwijs, zoals in de minors van de Hogeschool voor de Kunsten van Utrecht. Door dit soort cross-overs te organiseren wordt toenadering tussen cultuur- en IT-specialisten in spe vergemakkelijkt.

Het is daarnaast wenselijk dat werkenden in de sector worden om- en bijschoold naar IT-professionals. Dat biedt hun meer bestaanszekerheid. Er zijn reeds initiatieven om bij- en omscholing mogelijk te maken. Zo is er het Platform Arbeidsmarkt Culturele en Creatieve Toekomst (Platform ACCT), dat in het leven werd geroepen om de situatie van werkenden in de culturele en creatieve sector te verbeteren. Het door dit platform uitgevoerde programma Permanente Professionele Ontwikkeling (PPO) is kansrijk in het kader van de versterking van de arbeidsmarkt. De 1 miljoen euro die wordt vrijgemaakt voor dit programma ziet de raad als een goede eerste stap.

Behalve behoefte aan extra handen en IT-vaardigheden, is er voor de digitale transformatie ook een mentaliteitsomslag nodig. Een digitaal volwassen sector, en een digitaal volwassen culturele instelling, kan niet zonder een stevige visie op digitalisering, die zich in alle onderdelen van de bedrijfsvoering laat gelden en die goed gemonitord wordt. De digitale volwassenwording begint met visievorming op directieniveau. Om digitalisering structureel te verankeren in de bedrijfsvoering en in het profiel van organisaties, zullen bestuurders en besluitvormers in de sector zich moeten laten informeren en (bij)scholen op dit gebied. Hiervoor bieden diverse partijen cursussen aan, waaronder DEN.

Aanbeveling 4

Ondersteun sectorbrede, regionale praktijknetwerken.

Gericht aan: ministerie van OCW, provincies, gemeenten, sector.

Aanbeveling

- Maak in samenspraak met gemeenten en provincies middelen vrij voor regionale kwartiermaker(s). Geef deze kwartiermaker(s) de opdracht lokale en regionale labs rond digitalisering en de omliggende culturele en creatieve instellingen in kaart te brengen, met als doel cross-overs en verbindingen mogelijk te maken.
- Vraag labs waar digitalisering centraal staat om actief de culturele en creatieve sector te betrekken. Laat hen kansrijke pilotprojecten ontwikkelen om structurele en langdurige samenwerking tussen onderzoekers, de culturele sector en innovatieve partijen in de regio te stimuleren. Het Rijk kan gemeenten oproepen om deze labs hiertoe te stimuleren.
- Versterk regionale en lokale kennis- en praktijknetwerken, onder meer door extra en grotere subsidies ter bevordering van de samenwerking op het gebied van digitale cultuur en creativiteit. De hogescholen zijn belangrijke aanjagers die vaste institutionele verankering bieden, onder andere via de SPRONG-subsidies van SIA/NWO. Het gaat onder meer om subsidies vanuit en voor het hbo en mbo, stedelijk en regionaal cultuurbeleid, en stedelijke en regionale herontwikkeling.
- Stimuleer kennisdeling door gedurende de looptijd van onderzoeken en experimenten in labs te communiceren over de tussentijdse resultaten.

Toelichting

De uitdagingen op het gebied van digitalisering kunnen alleen vorm krijgen via samenwerking. Niet voor niets komen verschillende partijen en spelers steeds vaker samen in labs. Nederland kent steeds meer specifieke culturele, creatieve en *living* labs, die een lokaal ecosysteem vertegenwoordigen rond bijvoorbeeld digitale cultuur. Een voorbeeld is MICA Leeuwarden. Dit soort labs staat vaak in verbinding met stedelijke herontwikkeling, zoals in de Spoorzone Tilburg, Strijp-S in Eindhoven of A-Lab en DW10 in Amsterdam. Kenmerkend voor deze plekken is een hoge mate van creativiteit en artistieke vernieuwing en een grote diversiteit aan culturele disciplines. De kunst- en ontwerpopleidingen van het hoger en middelbaar beroepsonderwijs spelen hierbij een cruciale en onmisbare rol, vanwege hun expertise, de aanwezigheid van een grote talentenpool en de institutionele continuïteit die ze bieden.

Deze labs en netwerken maken onderdeel uit van een bredere beweging van fysieke innovatiedistricten en -campussen, of virtuele netwerken waarin de *triple helix* (overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen) aan (digitale) innovatie werkt. Daarbij valt op dat met name de tijd en expertise die gemoeid zijn met samenwerking tussen disciplines en sectoren onvoldoende of niet worden gefinancierd. Er vindt nog onvoldoende uitwisseling plaats tussen deze netwerken en labs en de culturele en creatieve sector, terwijl de sector er veel zou kunnen halen in termen van vaardigheden, expertise en dienstverlening, en er veel zou kunnen brengen in termen van reflectie en maatschappelijke worteling. In plaats van zelf het wiel uit te vinden, kan de sector gebruikmaken van de kennis, ervaring en faciliteiten die

deze labs in huis hebben. Gemeenten die onderdak bieden aan labs kunnen eraan bijdragen dat culturele instellingen hierbij aangesloten raken.

PRAKTIJKNETWERKEN

Wat zijn praktijknetwerken?

Praktijknetwerken worden gevormd door diverse partijen, zoals culturele organisaties en/of kunstenaars, kunst- en creatieve vakopleidingen, het lokale bedrijfsleven en eventueel overheden. De aanwezigheid van de kennisinstellingen in het netwerk garandeert dat talentontwikkeling een belangrijk onderdeel is van de werking van het netwerk. Praktijknetwerken zijn regionaal geworteld, maar zijn niet gebonden aan één plek. Wel fungeren creatieve broedplaatsen soms als ‘host’ voor praktijkonderzoek.

Wat doen ze?

De partijen in een praktijknetwerk opereren vaak projectmatig en werken samen om allerlei vormen van culturele digitalisering en innovatie te realiseren. Elke partij heeft zijn eigen, onmisbare rol in zo’n praktijknetwerk, waarbij kennis- en culturele instellingen meestal leidend zijn bij de zogenaamde vraagarticulatie – wat willen we eigenlijk doen, maken of realiseren? – en het lokale mkb en overheid de financiële en bestuurlijk/organisatorische kaders inbrengen.

Digitalisering heeft in praktijknetwerken onder meer betrekking op:

- immersieve inhoud,
- performancetechnologie,
- *virtual humans*,
- sensortechnologie,
- 3D-technologie,
- kunstmatige intelligentie.

Wat is er nodig voor versnelling?

- Identificatie, mapping en analyse van succesvolle en onderbenutte regionale praktijknetwerken;
- transitie van projectmatige naar structurele samenwerking;
- gevalideerde mechanismen voor kennis- en praktijkdeling;
- hoogwaardige experimenteer- en testfaciliteiten;
- verruiming van de relevante subsidiekaders ten behoeve van de praktijknetwerken.

Aanbeveling 5

Pas sectorbreed het subsidie-instrumentarium aan om de digitale transformatie te bevorderen.

Gericht aan: ministerie van OCW, cultuurfondsen, provincies, gemeenten, sector.

Aanbeveling

- Ontwerp subsidieregelingen die aansluiten op de digitale praktijk, onder andere door digitaal publiek mee te tellen in de prestatiecijfers en door structurele financiering mogelijk te maken voor hybride en/of digitaal werken. Pas sinds kort worden bezoekers van digitaal gestreamde voorstellingen voor rijksgesubsidieerde instellingen meegeteld. De raad moedigt alle subsidiegevers aan om digitale bezoekers mee te tellen in de prestatiecijfers.
- Stimuleer en beloon samenwerkingen en/of coalitievorming in de culturele en creatieve sector, zodat er op regionaal niveau plekken voor productie en distributie van digitale content ontstaan.
- Moedig grote gesubsidieerde instellingen aan om in de ontwikkeling van een hybride en/of digitale praktijk ketenverantwoordelijkheid te nemen en kennis en faciliteiten met kleinere spelers te delen.
- Benut de mogelijkheid om online, geaggregeerde gegevens over de ontwikkeling van digitale maturiteit van culturele en creatieve instellingen te delen, bijvoorbeeld via de website van een instelling als DEN, zodat binnen de sector van elkaar kan worden geleerd.

Toelichting

Het huidige subsidie-instrumentarium loopt achter op de veranderende digitale praktijk, en zal steeds verder achter komen te lopen als de digitale transformatie doorzet en het instrumentarium in de basis ongewijzigd blijft. Digitale cultuurproductie en -consumptie zal steeds gebruikelijker worden en zal steeds meer geïntegreerd raken in de praktijk, doordat live en digitaal aanbod en publiek continu nieuwe verbindingen met elkaar zullen aangaan. Digitaal cultureel aanbod levert nu al een volwaardige culturele ervaring. Digitalisering zal een blijvend en structureel onderdeel zijn van de strategie en bedrijfsvoering van culturele instellingen.

Het is daarom relevant dat instellingen die online producties presenteren, deze activiteiten en hun bezoekersaantallen kunnen meetellen voor eventuele prestatie-eisen die subsidieverstrekkers aan hen stellen en hier ook inhoudelijk op worden beoordeeld en gemonitord. Ook moeten subsidiënten er rekening mee houden dat een investering in de productie en distributie van digitaal aanbod zich niet in hetzelfde jaar terugverdiend en dat de baten ook immaterieel van aard kunnen zijn. Er is daarom een nieuw financieringsmodel nodig, dat rekening houdt met het feit dat investeringen over een langere periode worden ‘terugverdiend’. Het is realistisch om voor kwalitatief hoogwaardige geproduceerde, gestreamde content vijf tot tien jaar exploitatie te rekenen. Er is met andere woorden behoefte aan ‘voorfinanciering’, terwijl cultuursubsidies eerder uitgaan van een ‘omslagstelsel’, waarbij de baten worden verwacht in hetzelfde jaar als waarin de investeringen worden gedaan.

Dit alles heeft consequenties voor subsidietoekenning aan, monitoring van en verantwoording door culturele instellingen. De raad acht bredere financieringsmogelijkheden voor digitaal en hybride werk essentieel in het licht van de doelstellingen om met cultuurbeleid artistieke ontplooiing te bevorderen, een pluriforme sector te stimuleren en een groot en divers publiek aan te spreken. De raad zelf zal zich ook nader buigen over de omgang met digitalisering in de beoordelingscriteria voor de BIS en de monitoring van BIS-instellingen.

Uit de analyse van de digitale volwassenheid van de culturele en creatieve sector werd duidelijk dat de kloof tussen grote en kleine instellingen groeit. Kleine instellingen zijn weliswaar flexibel en innovatief, maar beschikken meestal over onvoldoende financiële middelen, ook omdat zij vaak projectmatig worden gesubsidieerd. Zij zouden gebaat zijn bij een ‘opendeurenbeleid’ van grote instellingen, waarbij zij gebruik kunnen maken van faciliteiten die deze instellingen in huis hebben. De raad vindt het passend bij de ketenverantwoordelijkheid van grotere (BIS-)instellingen om dit van hen te vragen. Op dit moment gebeurt dit al op kleine schaal. In dit advies noemde de raad in dat kader al debatcentrum De Balie, maar ook het podium Amare in Den Haag, muziekpodium De Effenaar in Eindhoven en het Drents Museum in Assen.

4.3 WENSELIJK OP MIDDELLANGE TERMIJN

Aanbeveling 6

Ondersteun en faciliteer een sector- en industrie-overstijgend ecosysteem (hub).

Gericht aan: ministerie van OCW, ministerie van EZK, provincies, gemeenten, sector, bedrijfsleven.

Aanbeveling

- Benoem in samenspraak met het ministerie van EZK een taskforce ‘Digital Creative Valley’ met onafhankelijke deskundigen uit de culturele, creatieve en technologiesector (*start-up*). Geef deze taskforce de opdracht om de kansen van een hub te onderzoeken, een geschikte fysieke plek voor zo’n hub te vinden en te verkennen welke partijen invulling kunnen en willen geven aan deze hub. Sluit voor dit onderzoek aan bij initiatieven uit de technologiesector.
- Verzoek de taskforce om na de verkenning en de vorming van een coalitie van partijen een implementatie-advies te geven en eventueel een subsidieaanvraag voor te bereiden voor bijvoorbeeld het Nationaal Groeifonds, ‘Horizon Europe’ of een ander Europees programma.

Toelichting

Een hoogwaardig digitaal ecosysteem is de motor achter grote maatschappelijke transities, zo ook op het snijvlak van de creatieve, culturele en technologiesector. Er is behoefte aan een concentratie van middelen en ideeën om innovatie en creatie op dit vlak tot wasdom te laten komen.

Voor de productie van kwalitatief hoogwaardige en innovatieve digitale producten in brede zin is multidisciplinaire samenwerking cruciaal. Daarvoor is een fysiek knooppunt nodig, waarin expertise, hardware, ruimte en faciliteiten beschikbaar

gemaakt worden voor experiment, onderzoek en hoogwaardige productie. Belangrijke succesfactoren zijn schaalgrootte, kostendeling en de mogelijkheid voor talent om elkaar te vinden. De raad ziet op regionaal niveau opties om faciliteiten beschikbaar te stellen aan de sector rond instellingen als Amare, De Effenaar en het Drents Museum. Echter, om technologische innovatie en de creatie van culturele content naar een hoger plan te brengen, is meer nodig. De raad pleit voor een grotere hub, met als doel om tot kruisbestuiving tussen sectoren te komen. Hij ziet actoren in de topsector creatieve industrie als geschikte partijen om een leidende positie in te nemen in zo'n hub. De raad denkt aan een 'Digital Creative Valley'-hub van de omvang en de portee van de Regio Foodvalley in en rond Wageningen, waar een concentratie van talent, productiemiddelen en fysieke plekken bestaat en waar op nationaal en internationaal niveau innovatie en kruisbestuiving plaatsvindt.

Nederland is een innovatief land en kent veel technologiebedrijven die oplossingen bedenken voor grote transitievraagstukken. De creatieve industrie van Nederland heeft wereldwijd een goede reputatie, net als de technologiesector. De raad denkt aan voorbeelden uit de game-industrie, inclusief *serious games*, de dancemuziek, designstudio's en architectenbureaus, alsmede (opkomende) spelers in de technologiesector, zoals betalingsplatforms of chipmakers. Deze industrie heeft behoefte aan een goed functionerend ecosysteem. De langetermijnontwikkeling van het Nederlands technologische ecosysteem is van groot belang, ook om te voorkomen dat Nederland op verschillende cruciale gebieden achter gaat lopen.³¹

De hub die de raad op het oog heeft, is bedoeld voor professionals, klein en groot, zoals softwareontwikkelaars, interactieontwerpers, muziektechnologen, animatoren, regisseurs, choreografen, scenarioschrijvers, architecten, gameontwikkelaars, chipmakers, AI-ontwikkelaars, et cetera.

De fysieke plek moet fungeren als een hub met een vliegwieleffect voor meerdere sectoren en als magneet voor (inter)nationaal talent. De motivatie voor een dergelijke hub kan, behalve in de doelstellingen van cultuurbeleid, ook geworteld zijn in economische belangen en kan aansluiten op de kabinetsambities om van Nederland een digitaal knooppunt te maken van Europa. Hier hoort een hoogwaardig, cultureel digitaal aanbod bij, dat exportwaarde vertegenwoordigt en betekenisvol is voor de Europese culturele en creatieve sector. Kruisbestuiving is het fundament waarop een dergelijke hub gebouwd wordt.

Door de schaalgrootte leidt een hub tot lagere kosten voor experiment en productie. Hierdoor kan de hub ook van betekenis zijn voor kleinere, minder kapitaalkrachtige partijen en biedt zij kansen voor talentontwikkeling.

Een vergelijkbare behoefte is in de context van de Nederlandse AI Coalitie geconcretiseerd in regionale AI-hubs, waarvan verwacht wordt dat zij regionale activiteiten initiëren die passen bij het AiNed-investeringsprogramma.³² De werkgroep Cultuur en Media van de Nederlandse AI Coalitie heeft inmiddels aansluiting

31 Sifted Intelligence report, sponsored by Techleap, 'The future's orange? How the Netherlands can become a tech master', februari 2022.

32 www.nlaic.com/partner/ai-hubs

gevonden bij drie regionale AI-hubs: Amsterdam, Midden-Nederland en Zuid-Holland. Op internationaal niveau wordt op dit moment verkend of er samenwerking mogelijk is binnen de Dutch Digital Innovation Hubs en of het mogelijk is om op Europees niveau op te schalen binnen het Digital Europe-programma. Er zijn dus verschillende opties voor dit soort knooppunten: een centrale hub, regionale hubs die onderling in verbinding staan, en lokale hubs. Randvoorwaarde voor een succesvolle hub is een sectoroverstijgende samenwerking.

Indicatie doorlooptijd: verkenning en productie van een businessplan en -case twaalf maanden; implementatie in etappes verdeeld over meerdere jaren.

HUBS

Wat zijn hubs?

Hubs zijn fysieke plekken waar verschillende stakeholders op het terrein van digitalisering kennis en resources bij elkaar brengen. Kruisbestuiving is het uitgangspunt.

Wat doen ze?

Hubs verbinden, verbreden en innoveren:

- Ze verbinden kennis.
- Ze verbreden door vragen te stellen als: wat kan digitaal product X uit sector Y betekenen in sector Z?
- Ze richten zich op innovatie.

De innovatie kan onder andere betrekking hebben op:

- Technologie: *Augmented Reality*, *Virtual Reality*, *Artificial Intelligence* et cetera.
- Contentcreatie: traditioneel aanbod verrijkt met digitaal aanbod of *digital only*-content, zoals NFT's.
- Businessmodel-innovatie: het transformeren van businessmodellen door middel van digitalisering (bijvoorbeeld crypto en blockchain).
- Nieuwe distributiekanaalen: platforms en blockchain.

Hubs opereren flexibel om snel (kleine) veranderingen door te voeren. Van *quick wins* naar duurzame digitale oplossingen voor nu en de toekomst. Dat doen ze door de meest up-to-date technologie toe te passen, samen te experimenteren (door het bieden van testruimte) en content te creëren. Daarnaast doen ze aan training, opleiding en advies.

Om dit mogelijk te maken, beschikt een hub over state of the art faciliteiten.

Om welke stakeholders gaat het?

Het kan gaan om vele verschillende actoren, zoals culturele en creatieve organisaties, het bedrijfsleven, onderzoeksinstituten, hogescholen en universiteiten.

Wat maakt een hub succesvol?

- De juiste mix van mensen bij elkaar brengen is het allerbelangrijkst.
- Deze stakeholders binnen de hub moeten gezamenlijke ambities delen, de meerwaarde van de samenwerking waarderen en toegewijd zijn om deze te realiseren.
- Ze moeten samenwerken op basis van gedeeld eigenaarschap en gedeelde motivatie.
- De hub moet inspelen op de behoeften van een of meer gebruikersgroepen. Zonder voldoende kritische massa zal een hub mislukken. Het identificeren van deze behoefte vraagt om onderzoek dat dieper graaft dan overleg tussen alleen de stakeholders.
- Hubs moeten in verbinding staan met andere hubs.

4.4 TOT SLOT

In dit agenderende advies heeft de raad de vraag beantwoord welke maatregelen op de korte en middellange termijn noodzakelijk zijn, opdat de digitale transformatie duurzaam kan worden voortgezet. De raad acht het nu het juiste moment om te handelen. Overheden en sector mogen het momentum dat voor de digitale transitie is gecreëerd tijdens de coronacrisis niet verloren laten gaan omdat bij terugkeer naar de dagelijkse praktijk de tijd en middelen ontbreken om de transitie voort te zetten. Dit zet de sector immers op achterstand en houdt hem kwetsbaar voor toekomstige crisis. Aandacht en investeringen voor digitalisering zijn juist nu nodig om de potentie van digitalisering voor innovatieve creatie, publieksbereik en publieksbeleving te benutten. Ook zal een toenemende digitalisering de sector wendbaarder en weerbaarder maken in crises, en zijn maatschappelijke en economische positie versterken. Met de sterke uitgangspositie die Nederland heeft op digitaal vlak en op het gebied van samenwerking van partijen uit de zogenaamde *quadruple helix* (overheid, kennisinstellingen, bedrijven, maatschappelijke organisaties en (eind)gebruikers) acht de raad de geadviseerde ontwikkelingen zeer kansrijk voor de toekomst van de sector.

5. BIJLAGEN

SAMENSTELLING COMMISSIE

Ilona Haaijer
Voorzitter

Emilie Gordenker
Henca Maduro
Wouter van Ransbeek
Alexander Ribbink
Edo Righini
Liesbet van Zoonen

Klazien Brummel (*secretaris*)
Senne Vercouteren (*secretaris*)
Camiel Vingerhoets (*secretaris*)

GERAADPLEEGDE DESKUNDIGEN

Hieronder volgt een lijst van personen en instanties met wie de raad in het kader van dit advies heeft gesproken. Een aantal gesprekspartners heeft aanvullende notities gestuurd waarin zij hun standpunten hebben toegelicht.

Bart Ahsmann
directeur CLICKNL

Geert-Jan Bogaerts
oprichter en voorzitter PublicSpaces en Hoofd Innovatie en Digitale Media VPRO

Doreen Boonekamp
zelfstandig adviseur AV- en filmsector

Cathelijne Broers
directeur Prins Bernhard Cultuurfonds en initiatiefnemer Cultuurloket DigitALL

Vera Carasso
directeur Museumvereniging

Henk Christophersen
directeur Fonds 21 en initiatiefnemer Cultuurloket DigitALL

Iris Daalder
senior beleidsmedewerker Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten

Martijn van Dam
lid raad van bestuur NPO

Michel van Dartel
directeur V2_ en lector Situated Design Avans Hogeschool

José van Dijck
hoogleraar Media en digitale samenleving aan de Universiteit Utrecht

Henriette van Eckevelde
directeur business development Senf Theater Producties

Renske de Groot
directeur Beeldende Kunst Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Joep Grooteman
directeur Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten

Natalie Hall
Cimeon Ellerton-Kay
oprichters Social Convention

Simone Heidema
medeoprichter de Buitenboordmotor

Paul Hekkert
hoogleraar vormtheorie Technische Universiteit Delft

Owen Hopkin
Director of New Technologies and Innovation Arts Council England

Leo Jaarsma
Chief Financial Officer Mojo

Bart Jacobs
*hoogleraar Security, Privacy en Identity Radboud Universiteit Nijmegen en
voorzitter Privacy by Design Foundation*

Heleen Jumelet
voorzitter a.i. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Caspar de Kieffe
jurist Kunstenbond

Ide Koffeman
directeur Down the Rabbit Hole

Frank Kresin
*decaan Faculteit Digitale Media en Creatieve Industrie Hogeschool van
Amsterdam*

Frederieke Leeftang
bestuursvoorzitter NPO

Mikal van Leeuwen
medewerker kennismanagement Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Hans van der Linden
beleidsadviseur Departement Cultuur, Jeugd en Media Vlaanderen

Gijs Meijer
projectleider Taskforce Publieksdata en senior adviseur DEN

Jan Middendorp
voormalig Tweede Kamerlid (VVD), woordvoerder Digitalisering

Wilbert Mutsaers
Head of Benelux Spotify

Eppo van Nispen tot Sevenaer
directeur Beeld en Geluid

Koen Parren
senior adviseur Partnerships & Zakelijk beleid NPO

Marc Pos
regisseur, producent en directielid idtv

Jet de Ranitz
bestuursvoorzitter SURF

Eva Roolker
projectleider Innovatielabs

David Sabel
NTLive

Martin Scheepbouwer
Chief Financial Officer Close

Bjorn Schrijen
onderzoeker Boekmanstichting

Veerle Spronck
associate lector Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Paul Stork
zakelijk directeur Frans Hals Museum

Maarten Treurniet
voorzitter Dutch Directors Guild

Wendy Veerman
coördinator Cultuurloket DigitALL

Maaïke Verberk
directeur DEN

Nanna Verhoef
hoofddocent Media en Performance Studies Universiteit Utrecht

David Vismans
vm. Senior Vice President and Chief Product Officer Booking.com

Jann de Waal
voorzitter Topteam Creatieve Industrie

Jan-Willem Wesselink
programmamanager Future City Foundation

Tom van de Wetering
projectmanager HKU X Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Leontien Wiering
zakelijk directeur Amare

Sabine Zwart
onderzoeker Boekmanstichting

LITERATUUR

AI Coalitie, 'Position Paper, De kunst van AI voor iedereen', december 2021

Australia Council for the Arts, 'In Real Life: Mapping digital cultural engagement in the first decades of the 21st century', 2021

Baele, Kristel, lezing uitgesproken tijdens de DEN Digitale Transformatie Conferentie, 31 mei 2021

Berenschot in opdracht van de VNG, Cor Wijn en Bastiaan Vinkenburg, 'Corona, cultuur en gemeenten, deel 2 – Informatiegids over gemeentelijke steun voor herstel en transitie van de lokale culturele infrastructuur vanwege de corona-crisis', januari 2022

Boekmanstichting, 'Cultuurmonitor Jaarrapportage 2021'

Boekmanstichting, Jan Jaap Knol, 'Digitaal is "here to stay"', december 2021

CLICKNL, 'Veerkracht, Kennis- en Innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2020-2023', januari 2020

CLICKNL, 'VR/AR Ecosystem Report, Netherlands, Q1 2022', april 2022

DEN, 'Digitale cultuureducatie: via verbinding naar transformatie – Veldonderzoek onder cultuurproducerende en presenterende instellingen', januari 2022

DEN, 'Onderzoek: Digitale transformatie, vaardigheden en een innovatieve organisatie in de cultuursector', juni 2022

DEN, Willem Wijgers, Marcus Cohen, Maaïke Verberk, 'Publieksdata in de culturele sector', maart 2020

Dialogic in opdracht van OCW, 'Stand van het Nederlands digitaal erfgoed 2021 – 1-meting naar aanleiding van het Intensiveringsprogramma 2019-2021', januari 2022

Freedom Lab, 'Toekomstverkenning Digitalisering 2030', april 2021

Gemeente Amsterdam, 'Agenda Digitale Stad', maart 2019

Geukema, R. (PPMC), R. Goudriaan (SiRM), P. Postma & L. Pluijter (PPMC), 'Landelijk samenwerkingsverband voor publieksdata in de culturele sector', augustus 2020

Hoek, S. van de en M. Oomes, 'De bibliotheek in coronatijd', 2021

IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann S. and J. Heinsius, 'Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies', 2021

Kennisnet, 'Hoe beschikbaar en bruikbaar is digitaal erfgoed in het onderwijs?', oktober 2019

Kennisnet, SURF, 'WaardenWijzer voor digitalisering in het onderwijs', 2021

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, 'Nederlandse Digitaliseringsstrategie', juni 2020

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 'Hoofdpijnenbrief cultuur 2022: Herstel, vernieuwing en groei', 23 mei 2022

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, ministerie van Economische Zaken en Klimaat, PO-Raad, VO-raad en Kennisnet, 'Digitaliseringsagenda Primair en Voortgezet Onderwijs', maart 2019

Netwerk Digitaal Erfgoed en ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 'Nationale Strategie Digitaal Erfgoed', maart 2021

Network of European Museum Organisations, 'Final Report – Digitisation and IPR in European Museums', juli 2020

Raad voor Cultuur, 'Onderweg naar overmorgen', november 2020

Raad voor Cultuur, 'Sterker uit Corona', juni 2021

Raad voor Cultuur, 'Briefadvies over de corona-addenda', november 2021

Rathenau Instituut, L. Kool, J. Timmer, L. Royakkers en R. van Est, 'Opwaarderen – Borgen van publieke waarden in de digitale samenleving', 2017

Rijksoverheid, VVD, D66, CDA en ChristenUnie, 'Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst. Coalitieakkoord 2021-2025', december 2021

Rotterdam Festivals, 'Wat wil het publiek', 2015

Rutten, Paul, Walter Manshanden en Frank Visser, 'Monitor creatieve industrie 2021', januari 2022

Sifted Intelligence report, sponsored by Techleap, 'The future's orange? How the Netherlands can become a tech master', februari 2022

Verenigd Koninkrijk, 'Department for Culture, Media & Sport, 'The Culture White Paper', maart 2016

Verenigd Koninkrijk, Department for Culture, Media & Sport, 'Culture is Digital', maart 2018

Verenigd Koninkrijk, Department for Culture, Media & Sport, 'Culture is Digital progress report', juni 2019

Vlaamse Overheid, Vlaamse Minister van Buitenlandse Zaken, Cultuur, Digitalisering en Facilitair Management, 'Nota aan de Regering: Relance-initiatieven in het kader van de digitale transformatie van de cultuursector: "doelgericht digitaal transformeren" (VVO72) en "koppeling databanken en betere informatiedoorstroming" (VV129)', 2022

De Raad voor Cultuur is het wettelijke adviesorgaan van de regering en het parlement op het terrein van kunst, cultuur en media. De raad is onafhankelijk en adviseert, gevraagd en ongevraagd, over actuele beleidskwesties en subsidieaanvragen.

‘Digitalisering als kans, De digitale transformatie van de culturele en creatieve sector’ is een uitgave van de Raad voor Cultuur.

Leden Adviescommissie Digitale Transformatie:

Ilona Haaijer (voorzitter)
Emilie Gordenker
Henca Maduro
Wouter van Ransbeek
Alexander Ribbink
Edo Righini
Liesbet van Zoonen
Klazien Brummel (secretaris)
Senne Vercouteren (secretaris)
Camiel Vingerhoets (secretaris)

Leden Raad voor Cultuur

Kristel Baele (voorzitter)
Stef Avezaat
Lennart Booi
Deirdre Carasso
Erwin van Lambaart
John Oliveira
Ellen Schindler
Jakob van der Waarden (directeur)



Raad voor Cultuur
Prins Willem Alexanderhof 20, 2595 BE Den Haag
070 – 3106686, info@cultuur.nl, www.raadvoorcultuur.nl

Het is toegestaan (delen van) de inhoud van deze publicatie te citeren of te verspreiden, mits daarbij de Raad voor Cultuur en deze publicatie als bronnen worden vermeld.

Aan deze publicatie kunnen geen rechten worden ontleend.
Den Haag, september 2022.

