

# SCP-rapport Toekomstverkenning kunstbeoefening

Resultaten regiobijeenkomsten periode juli tot en met september 2010



# Inhoud

Inleiding	5
1 Groepsdiscussies	7
1.1 Een klanthouding die een dienst verlangt	7
1.2 (tijdelijke) populaire crossmediale formats in plaats van tradities	7
1.3 Lossere smaakvoorkeuren, omgangsvormen en organisatievormen	8
1.4 Volle agenda's waarin kunstbeoefening moet worden ingepast	9
1.5 Het eigen gevoel als maat der dingen	9
1.6 Genres en vormen die in groeperingen met een niet-westerse achtergrond geliefd zijn	9
1.7 Meer informatie, software, communicatie en community's op internet, die bijdragen aan een verdere emancipatie of empowerment van de kunstbeoefenaar	10
2 Stemmingen	11
2.1 De in het rapport beschreven ontwikkelingen zijn herkenbaar voor mijn organisatie.	11
2.2 De CvK's moeten zich alleen richten op het aanbod dat het particuliere circuit niet aanbiedt.	12
2.3 Als iedere school breed is, zijn zelfstandige CvK's/muziekscholen overbodig.	13
2.4 De provincies zouden geen rol meer moeten hebben op het gebied van amateurkunst.	14
2.5 Laagdrempelig en makkelijk inpasbaar aanbod is van gelijke waarde als de verdieping in de disciplines.	16
2.6 Amateurkunst heeft geen financiële en/of organisatorische ondersteuning nodig.	17
2.7 De Toekomstverkenning (deel 3 van het SCP-rapport) is vooral van toepassing op de steden en niet op landelijke gebieden.	17
2.8 Generatieverschillen binnen het verenigings- of docentenkader remmen vernieuwing in het aanbod.	18
2.9 Interactieve media moeten een centrale plek krijgen binnen instellingen en verenigingen.	19
2.10 Het is urgent om op de in het rapport beschreven toekomsttrends in te spelen.	19
3 Toekomstverkenningen	21
Observaties	21
3.1 Observaties: Vraag en aanbod	21
3.2 Observaties: Fysiek of online contact	22
3.3 Observaties: Brede school	23
3.4 Observaties: Amateurkunst	23
3.5 Observaties: Professionalisering	23
Bijlage I Stemmingen per doelgroep	25
Bijlage II Stemmingen per regio	29



# Inleiding

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) heeft in het afgelopen jaar onderzoek gedaan naar de toekomst van de kunstbeoefening in de vrije tijd. De drie studies die de rapportage beslaat zijn op 15 juni tijdens een bijeenkomst in Alphen aan den Rijn aangeboden aan het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW).

Cultuurnetwerk Nederland heeft in juli, augustus en september in opdracht van het ministerie van OCW, het Interprovinciaal Overleg (IPO) en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) zes regionale rondetafelbijeenkomsten over deel drie *Toekomstverkenning kunstbeoefening* georganiseerd (Projectteam: Antoine Gerrits (projectleider), Jan Ensink, Piet Hagens, Vera Meewis, Désirée Rozestraten en Marjolein Vermeer).

Doel van deze bijeenkomsten was deelnemers te informeren over de bevindingen van het SCP en hierover met elkaar in gesprek te gaan. In dit verslag vindt u een beeld van de bijeenkomsten.

De pilotbijeenkomst Zuid vond plaats op 5 juli te Eindhoven. De overige bijeenkomsten vonden op de volgende data en plaatsen plaats.

- Midden: 31 augustus te Amersfoort
- Oost: 2 september te Deventer
- Noord: 7 september te Assen
- West: 9 september te Leiden en
- G4: 14 september te Den Haag.

Uitgenodigd zijn provinciale overheden, lokale overheden, aanbieders van kunsteducatie, provinciale tweedelijnsinstellingen, verenigingen en onderwijs.

Voor de pilotbijeenkomst zijn 86 uitnodigingen verstuurd. Voor de overige regiobijeenkomsten zijn 416 uitnodigingen verstuurd, waaronder 107 koepelorganisaties van amateurverenigingen, die verzocht zijn de uitnodiging naar hun regionale afdelingen door te sturen. Voor de G4-bijeenkomst zijn 75 uitnodigingen verstuurd.

In totaal zijn 186 deelnemers aangemeld en zijn 140 hiervan daadwerkelijk aanwezig geweest.

Verslaglegging (Vera Meewis en Antoine Gerrits) is hiermee gebaseerd op een willekeurige steekproef en is niet het resultaat van een representatief onderzoek.

De structuur van de agenda van de bijeenkomsten zag er als volgt uit.

- Welkom door de dagvoorzitter (Antoine Gerrits, Piet Hagens en Jan Ensink van Cultuurnetwerk Nederland)
- Inleiding door Andries van den Broek, auteur van de publicatie
- Eerste ronde groepsdiscussies rond de zeven trends (placemat-methode)
- Pauze en intermezzo door amateurdansgroep
- Tweede ronde groepsdiscussies rond de zeven trends (placemat-methode)
- Columnist
- Plenaire stemming en discussie over stellingen (met inzet van stemkastjes)
- Afronding

De resultaten van de groepsdiscussies zijn opgenomen in hoofdstuk 1 en van de stemmingen in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 is een aantal observaties opgenomen. In de bijlagen zijn de uitwerkingen van de stemmingen per doelgroep en per regio opgenomen. De uitslagen van (pilot)regio Zuid zijn niet meegenomen; daar zijn andere stellingen in stemming gebracht.

Naast deze publicatie zijn er per regio afzonderlijk verslagen samengesteld.



# 1 Groepsdiscussies

De groepsdiscussie vonden plaats rond de zeven trends zoals op bladzijde 53 van de SCP-publicatie opgenomen.

## 1.1 EEN KLANTHOUDING DIE EEN DIENST VERLANGT

*Toelichting. Mensen verwachten waar voor hun geld. Instellingen dienen zich aan te passen aan hun wensen of ze shoppen verder tot ze wel vinden wat ze zoeken. Bestaat 'vraaggericht aanbod'? Kan kunsteducatie voldoen aan 'u vraagt, wij draaien'? Wat moeten verenigingen met zo'n houding?*

Deze trend vraagt van instellingen dat zij afstemming gaan zoeken met hun klanten. De basishouding moet zijn dat de individuele klant geholpen wordt in het verwoorden van zijn of haar vraag. Instellingen moeten luisteren naar en leren anticiperen op de vraag. Op basis van de vraag moet een instelling dan het aanbod (meer of minder) aanpassen, zodat een klant zijn eigen weg kan kiezen. Er moet flexibiliteit bestaan, zowel in inhoud als in tijdsduur. Hierbij kan gedacht worden aan aanbod in modules, aanbod op maat (voor doelgroepen, inclusief prijskaartje!). Dit kan ook zitten in de samenwerking en verbinding tussen de verschillende disciplines van kunstzinnige vorming. De kansen liggen in innovatie en het creëren van specialistisch, op de vraag toegerust, aanbod, het risico is vervlakking. Oriëntatie en kennismaking zijn taken voor het reguliere onderwijs. Een klant verwacht waar voor zijn geld. Dit kan bereikt worden door certificering, en het hanteren van verschillende niveaus. Diensten moeten, ook als de klant centraal staat, altijd kwaliteit hebben. Kwaliteit blijft de belangrijkste norm. Door inspiratie te bieden kan een instelling ook vraag creëren. Wanneer de klanthouding centraal gesteld wordt kan dit leiden tot samenwerking en afstemming met andere maatschappelijke organisaties, zoals bijvoorbeeld rondom de Brede school. Ook in de tweede lijn zijn er klanten te ontdekken. Hiervoor is kennis van de sociale kaart van een gemeente noodzakelijk. Wanneer een instelling de klant/burger/maatschappelijke partners centraal stelt dan zijn er aanpassingen in de organisatie nodig. Organisatorisch heeft dit een grote impact. Communicatie, zodat de klant de instelling kan vinden, wordt steeds belangrijker. Maar ook de vaardigheden van de docent moeten verbreed worden. Inhoudelijk en didactisch moeten zij zich bijscholen. Met de klant centraal kan een spanningsveld ontstaan tussen de continuïteit van het aanbod en ad hoc activiteiten. Maar als instellingen hun klanthouding niet verbeteren dan bestaat de kans op verlies van bestaansrecht.

## 1.2 (TIJDELIJKE) POPULAIRE CROSSMEDIALE FORMATS IN PLAATS VAN TRADITIES

*Toelichting. Mensen bewegen gemakkelijker mee met modes en trends. De hausse aan talentwedstrijden op tv en in navolging daarvan ook in het veld is een hedendaags voorbeeld. Na een musical schakelt men gemakkelijk over op een theaterbattle. Hoe groot of klein moet een instelling zijn om dit aan te kunnen? Worden we liever een particuliere niche die tradities en kwaliteit overeind houdt?*

De trend van tijdelijke populaire crossmediale formats in plaats van tradities wordt genuanceerd. Tradities moeten blijven bestaan naast nieuw, tijdelijk aanbod, gebaseerd op hypes die, vaak via de televisie, ineens opkomen. De markt vangt het grootste deel van het in hypes geïnteresseerd publiek wel op. De overheid zorgt via subsidies juist voor een correctie van de markt, zodat ook tradities blijven bestaan. Het kind moet niet met het badwater weggegooid worden. Instellingen kunnen

inspelen op trends om nieuwe ingangen te vinden om publiek te bereiken zonder de waarde van vorming, tradities en verworvenheden te verliezen. Bijvoorbeeld door het veranderen en vernieuwen van leerlijnen, naast het aanbieden van korte, qua inhoud en vorm, diverse cursussen en projecten. En door de verschillende disciplines meer in elkaar te laten overlopen. Alsook door het gebruik van nieuwe media in het aanbod. In projecten kunnen traditie en crossmediale formats met elkaar verbonden worden. Formats kunnen gecombineerd worden met traditionele, meer ambachtelijke vormen van leren. Tradities zijn ook niet statisch en verschillen al naar gelang je te maken hebt met stedelijk of landelijk gebied. Tradities blijven dus belangrijk, maar hypes kunnen, mede gezien hun tijdelijkheid, het aanbod verlevendigen. Tijdelijke formats kunnen nieuwe instroom bewerkstelligen, zorgen voor werving en kennismaking, en zo fungeren als 'voortuin' voor de traditie. Kortom de tijdelijke populaire crossmediale formats zijn geen bedreiging maar een verrijking. Deelnemers leren ervan door inspiratie en ontmoeting. Organisaties moeten gezien deze trend wel van rol veranderen; meer inspelen op de vraag uit de markt, en flexibeler worden (op het gebied van personeel, bijvoorbeeld door zzp'ers in te huren, maar ook door kennis van meervoudige intelligenties en multiculturaliteit). Dit geldt ook voor de docenten. Problematisch is dat vernieuwingen die in het reguliere onderwijs zijn doorgevoerd niet zijn doorgedrongen in de kunsteducatie, bijvoorbeeld coachend begeleiden in plaats van frontaal aanleren. Instellingen worden steeds vaker multifunctionele verzamelgebouwen, waarin bepaalde randvoorwaarden (PR/communicatie /P&O/ conciërge) vervuld worden.

### 1.3 LOSSERE SMAAKVOORKEUREN, ONGANGSVORMEN EN ORGANISATIEVORMEN

*Toelichting. Nu al tekent zich een algemene tendens af om zich nergens meer diep aan te binden, maar te shoppen en tijdelijk aan te haken bij zaken waar men op dat moment zin in heeft. Van Meeuwis naar Rieu, van theaterweekend naar schilderworkshop. Er is overigens ook een tegenstroom van intensivering en verdieping. Hoe blijven we een breed publiek bedienen? Is klantenbinding mogelijk en nodig?*

Voor wat de amateurkunst betreft wordt aangehaald dat niet op deze trend ingespeeld hoeft te worden. Amateurkunst kent een autonome ontwikkeling, en heeft geen ondersteuning nodig. De amateurkunst floreert. Voor cultuurparticipatie en -educatie geldt dit wel, daar start alles. En zorgt deze trend voor 'survival of the fittest'. Antwoord op de individuele en veranderende smaakvoorkeuren is het bewust ondersteunen van oriënterend zapedrag met cultuureducatie. Instellingen moeten hiervoor klantgericht, onderzoekender en projectmatiger werken. Er moet een stabiele (kern)organisatievorm zijn met daar omheen flexibel aanbod. Van kennismaking tot verdieping (piramide). De klant moet verschillende routes aangeboden worden, en workshops. Zodat hij of zij makkelijk de stap zet richting de instelling, en een bewuste keuze kan maken of maatwerk aangeboden wordt (op basis van een offerte). De instelling moet bemiddelen tussen de vraag van de klant en wat hij zelf kan bieden, om daarna de klant te begeleiden en een weg omhoog te bieden. Hierbij moet niet dwingend worden opgetreden, maar er moet ruimte zijn voor (zelf)selectie. In een nieuwe organisatievorm moeten de schotten tussen disciplines verwijderd worden. Moet er ingespeeld worden op de populariteit van bijvoorbeeld games. Moeten amateurs en professionals met elkaar 'gemixt' worden. En moet je als instelling actief zijn op digitale fora en real-time ontmoetingen organiseren. Instellingen moeten dit durven ontwikkelen om aan deze trend het hoofd te bieden. Om tegenwicht aan deze trend te bieden zou bijvoorbeeld muziekonderwijs terug moeten keren op de Pabo en in het onderwijs. Ook cultuureducatie in de Brede school biedt kansen. Kunstdocenten moeten hier dan wel goed voor worden opgeleid.

#### 1.4 VOLLE ALGENDA'S WAARIN KUNSTBEHOEFENING MOET WORDEN INGEPAST

*Toelichting. Niet alleen binnen cultuur wordt gezapt en geshopt. Cultuur is één van de opties tussen sport, uitgaan, natuurtripjes, naar vrienden en familie. Als het niet leuk genoeg lijkt zijn er legio andere mogelijkheden. Hoe pakken we de concurrentie op?*

In het kader van deze trend moet kunstbeoefening laagdrempelig en makkelijk inpasbaar worden gemaakt, waarbij kwaliteit voorop staat. Klant-zijn is belangrijk item. Zij hebben geen 9 tot 5 mentaliteit meer maar willen 24/7 bediend worden. Alles moet binnen handbereik zijn, de instelling als supermarkt. Voor kwaliteit maken mensen nog steeds tijd! Betekent dat minder aanbod? En zou minder aanbod ook leiden tot minder zapedrag? Is minder meer, in het licht van deze trend? In ieder geval moet getracht worden mensen te binden, door intensief contact met hen te maken en hen 'quality time' te bieden. Steekwoorden zijn heftig, intensief, groots en meeslepend; ontwikkeling en verdieping; inhoud versus verpakking. Start bij de vraag van de klant en maak dan zichtbaar welke meerwaarde je te bieden hebt. Bij instellingen moet sprake zijn van marktgerichte flexibiliteit die niet ten koste mag gaan van de kwaliteit. Er moet een andere organisatiestructuur komen, met meer samenwerking bijvoorbeeld in de Brede school en de buitenschoolse opvang. Centra voor de kunsten worden multifunctionele voorzieningen voor cultuur, waar ontmoeting on demand, en ook online, plaatsvindt. Zij moeten een brede toegankelijkheid bieden, voor diverse doelgroepen. Senioren kunnen bijvoorbeeld overdag bij de instelling terecht. Meer efficiency vraagt om andere bedrijfsmodellen en wettelijke kaders (belasting etc.)

#### 1.5 HET EIGEN GEVOEL ALS MAAT DER DINGEN

*Toelichting. Geen vaste kaders, geen subcultuur waar je je aan gebonden voelt, staat in relatie tot een groeiend belang van je eigen individuele kompas.*

Eigen gevoel als maat der dingen is goed. Alleen zo houd je mensen vast. Het eigen gevoel als maat houdt differentiatie van aanbod in, maar ook differentiatie in kwaliteitsbeleving en in het type podium dat mensen willen. Maar de som van individuen maakt in afstemming weer de gezamenlijkheid. Aanbod wordt zowel meer specifiek - onderwerp aanbieden in specialistische deelstukken - als meer generiek, met een collectief pakket waarbinnen een eigen keuze mogelijk is. Organisatie van kunstbeoefening wordt wel steeds ingewikkelder door de meer diverse vraag van individuen. Zo zijn bijvoorbeeld specialistische docenten nodig, maar ook generalisten. De centrale vraag bij deze trend is: hoe bedien je individu en grote massa? Probleem hierbij is de overvloed aan keuzes die iedereen heeft. Dit zorgt voor ongrijpbaarheid, en maakt dat het lastig sturen is. Men moet op zoek gaan naar de vraag achter de vraag. Zorgen voor coaching en begeleiding, proactief inspelen op trends, liefst trendsettend zijn. Deze trend kan een bedreiging zijn voor de gemeenschappelijke beoefening van amateurkunst, tenzij je een groep(je) gelijkgestemden vindt.

#### 1.6 GENRES EN VORMEN DIE IN GROEPERINGS MET EEN NIET-WESTERSE ACHTERGROND GELIEFD ZIJN

*Toelichting. 20 jaar geleden kwamen er aubergines naast de bloemkool te liggen. In de hedendaagse dans is zouk, urban en hiphop volkomen ingeburgerd. Over 20 jaar hebben we het niet meer over Marokkanen maar is de cultuur nog pluriformer. Feestavonden voor singles met dans, muziek en lekker eten zijn populair. Hoe kunnen centra of kulturhusen of verenigingen inspelen op wijzigende cultuuropvattingen en -disciplines?*

Deze trend is niet nieuw. Zie de jazz, blues en popmuziek. Maar er bestaat nog onvoldoende kennis van en inzicht in de genres, vormen, behoeften en tradities van bevolkingsgroepen met een niet-westerse achtergrond. Muziek, dans, beeldende kunst is afhankelijk van de samenstelling van een bevolkingsgroep. Enkele algemeen genoemde kenmerken van de kunstbeoefening door deze groepen zijn het leren door doen (informeel), de overdracht is minder hiërarchisch, meer peer-to-peer en in de eigen omgeving (vrienden en familie). Ontmoeting is een belangrijk element bij uitvoering. Behoud van eigen identiteit is voor deze groepen van belang (respect). Maar mensen zijn tegelijkertijd bezig met een herijking van de eigen tradities. Jongeren zoeken naar nieuwe vormen. Men is op zoek naar cross-overs: traditioneel versus modern, experimenteel versus straatcultuur. Informele verbanden vanuit deze groepen moeten ondersteund worden om zichzelf te ontwikkelen; hen moet een podium geboden worden. Zij moeten meer zichtbaar worden, en er moet meer begrip en waardering komen. Er moet meer aanbod voor hen gecreëerd worden. Ook er moet gezocht worden naar mogelijkheden voor cross-overs. Waarbij als tip gegeven wordt het durven af te wijken van bestaande patronen, werkwijzen en locaties. Zoek betere sleutelfiguren in de doelgroep, werk in faciliterende zin. Kortom: biedt mogelijkheden en wees flexibel.

#### 1.7 MEER INFORMATIE, SOFTWARE, COMMUNICATIE EN COMMUNITY'S OP INTERNET, DIE BIJDRAGEN AAN EEN VERDERE EMANCIPATIE OF EMPOWERMENT VAN DE KUNSTBEOEFENAAR

*Toelichting. Het is heel aannemelijk dat vrijwel iedereen over 20 jaar een mobiel apparaatje met de functionaliteit van een pc-telefoon-gps-krant-camera onder handbereik heeft, zonodig te bedienen via een uitvouwbaar scherm, beamerstraaltje of ingebouwd in de bril.*

*Heel veel kunstbeoefening of de zaken daaromheen (contact, uitwisseling, overleg, exposure) kan via (deze) ict. Fysieke meetings hebben dan een nieuwe, speciale waarde en functie. Welke vormen nemen kunsteducatie en -ontmoeting en -uitwisseling aan?*

De 2.0 trend is een structurele paradigma wisseling over leren en beoefenen. Afhankelijk van de kunstvorm, kent deze trend positieve en negatieve effecten. Digitale en online kunstbeleving heeft een meerwaarde. Uitwisseling van ervaringen is hier onderdeel van. Aan de ene kant wordt gezegd dat door gebruik van ICT de mogelijkheid ontstaat voor een nieuw laagdrempelig podium, dat meer dan voorheen gebruikt wordt en waar niemand van wordt uitgesloten. Het is een onomkeerbare beweging waarin iedereen mee moet! Aan de andere kant wordt gezegd dat ICT handig en efficiënt is, maar dat face to face contact het belangrijkste is. Instellingen zouden de interactieve mogelijkheden, naast fysieke sociale contacten, meer kunnen benutten. Centra voor de kunsten zouden door voorwaarden te scheppen en te faciliteren een broedplaats/laboratoriumfunctie voor community's kunnen zijn (meer dan alleen lesgeven). Hier is een investering in uren, geld, apparatuur en scholing voor nodig. Daarnaast moet alles overzichtelijk blijven. Instellingen hebben hierin een bemiddelende rol, maar hebben behoefte aan kennis. Hoe genereert ICT vraag? Hoe beïnvloedt ICT bijvoorbeeld de rol van docent.

## 2 Stemmingen

De stemmingen vonden plaats aan de hand van 10 stellingen die door de opdrachtgever waren aangeleverd.

De aanwezigen zijn onder te verdelen in de volgende groepen.

- Provinciale overheid: 3%
- Lokale overheid: 17%
- Aanbieders van kunsteducatie: 34%
- Provinciale tweedelijnsinstellingen: 5%
- Verenigingen: 17%
- Onderwijs: 5%
- Overig: 19%

De uitslagen van (pilot)regio Zuid zijn niet meegenomen; daar zijn andere stellingen in stemming gebracht.

### 2.1 DE IN HET RAPPORT BESCHREVEN ONTWIKKELINGEN ZIJN HERKENBAAR VOOR MIJN ORGANISATIE.

Eens: 79%                      Neutraal: 21%                      Oneens: 1%

Het merendeel van de uitspraken wordt herkend, maar ze zijn inhoudelijk nog weinig toegespitst. Vanuit verschillende organisaties wordt aangegeven hoe zij concreet in zouden kunnen springen op de beschreven ontwikkelingen. De provinciale steunfunctie in Zuid-Holland vraagt zich op basis van de verkenning af of zij ook ondersteuning moet gaan bieden aan lokale instellingen. In Noord-Holland heft de provincie de steunfunctie voor amateurkunst op, terwijl de consultants daar juist oog hebben voor wat de klant wil. Blijkbaar vraagt de klant iets anders dan de provincie wil bekostigen. Van de overheid worden prikkels verwacht om instellingen in actie te laten komen. De gemeente Den Bosch bijvoorbeeld dwingt instellingen om in te spelen op nieuwe ontwikkelingen. Instellingen moeten interactiever gaan worden, anders worden ze ingehaald door de particuliere markt. Maar hoe zet je als centrum 2.0 in, zodat het ook werkt? Hier is nog veel onkunde. Bij de cultuur en sport afdeling van de TU Delft wordt het programmabeleid aangepast. Zowel de manier van presenteren van aanbod, als het aanbod zelf wordt aangepast aan de wensen van de doelgroep.

#### EENS

De ontwikkelingen zijn herkenbaar; het zou slecht zijn als dit niet zo was.

De sociaal-culturele ontwikkelingen die in het rapport aan bod komen zijn herkenbaar. Wel hebben de ontwikkelingen sinds de laatste meting in 2007 een vlucht genomen, die nu nog niet in het rapport zijn verdisconteerd (Van den Broek: nieuwe meting zal in 2011 plaatsvinden).

#### ONEENS

In het rapport wordt heel traditioneel aangekeken tegen de traditionele instellingen. Het geschetste beeld is niet herkenbaar want er gebeurt al heel veel.

## 2.2 DE CVK'S MOETEN ZICH ALLEEN RICHTEN OP HET AANBOD DAT HET PARTICULIERE CIRCUIT NIET AANBIEDT.

Eens: 6%

Neutraal: 14%

Oneens: 80%

### EENS

Met het oog op aanstaande bezuinigingen binnen de sector zal er een prioriteitenafweging moeten plaatsvinden. Bepaalde activiteiten zullen aan de markt overgelaten moeten worden. Het is niet de bedoeling van subsidies om de particuliere markt de wind uit de zeilen te nemen. Er is veel aanbod van goed niveau in het particuliere circuit, dat aanslaat. Vanuit de Stichting Certificering Kunsteducatie wordt erover gedacht om ook dit aanbod te gaan certificeren. Het moet dan aan verschillende indicatoren voldoen. Iemand draait de stelling om: de particuliere sector zal zich gaan richten op het aanbod dat de centra laten liggen.

Centra voor de kunsten moeten geen taken op zich nemen die de particuliere markt kan verzorgen. Dit kan wel tijdelijk, als er in de markt een bepaald aanbod weg zou vallen. Centra kunnen wel zelf de particuliere markt invullen, via een aanbod waar geen subsidie voor wordt verstrekt.

Als je als centrum je subsidie wil rechtvaardigen doe je dat door in te zetten op vernieuwing en dynamiek, het opzoeken van nieuwe methoden. Je moet als aanbieders niet allemaal hetzelfde doen.

Als centrum moet je reageren op de markt die er is.

De vraag wordt opgeworpen of je subsidie mag gebruiken voor datgene wat de particuliere markt ook biedt. Voor de subsidiegever betreed je een moeilijk terrein, als je als centrum hetzelfde aanbiedt als de marktpartijen. Dat maakt je positie zwak. Een centrum is een middel om beleid te maken.

Bijvoorbeeld door het in te zetten in het onderwijs, in de wijk en voor bepaalde doelgroepen.

Individuele particuliere aanbieders kunnen de gewenste kritische massa hiervoor niet leveren. Moet je als overheid dan alleen die functie subsidiëren? Dat is moeilijk, omdat je dan veel van je docenten opnieuw moet opleiden om voor deze sectoren te werken.

### ONEENS

Een centrum voor de kunsten is een autonome instelling, die moet aanbieden wat het zelf van belang acht. De kerntaak mag niet blijven liggen. Iemand werpt op dat dit wel een zeer aanbodgerichte manier van denken is, en dat centra uit zouden moeten gaan van de vraag. Van belang wordt gevonden dat centra de kwaliteit van het aanbod garanderen.

Centra hebben een basisfunctie, gedurende heel het leven van een inwoner, en moeten de basis altijd aanbieden. Als iemand een bepaalde kunstvorm leuk vindt, dan moet een centrum hier vormen voor aanbieden. Er is een regisseur in de markt nodig, die voor verdere doorgang zorgt nadat kinderen op school aan een leuk project hebben meegedaan, en hierdoor onder de indruk zijn geraakt. Centra bieden ook continuïteit. Dat is een reden waarom scholen kiezen voor een instelling in plaats van een particuliere aanbieder. Als een docent ziek is, regelt een centrum een vervanger. Een centrum neemt een school ook de coördinatie uit handen.

Wat particuliere aanbieders doen is een gegeven. Als centrum kun je alleen zorgen dat je je onderscheidt, en het aanbod van de particuliere sector overtreft en beter bent. Bijvoorbeeld cursussen zowel fysiek als online aanbieden. Daarmee kun je je onderscheiden. Wanneer beide aanbieders naast elkaar bestaan houd je ook marktwerking. Een andere opinie is dat particulieren meer betrokken moeten worden bij de activiteiten van een centrum voor de kunsten.

Het centrum voor de kunsten is er juist voor combinaties en cross-overs. Het totale aanbod is de meerwaarde. Bijvoorbeeld het samenbrengen van disciplines als muziek en dans. Dit wordt particulier aangeboden. Maar in een centrum werken docenten van beide disciplines met elkaar samen, waardoor leerlingen met beide in aanraking komen. Als centrum opereer je ook op de markt. De klant bepaalt op basis van prijs en kwaliteit. Centra kunnen die kwaliteit garanderen, en bieden allerlei extra's.

## 2.3 ALS IEDERE SCHOOL BREED IS, ZIJN ZELFSTANDIGE CVK'S/MUZIEKSCHOLEN OVERBODIG.

Eens: 8%

Neutraal: 17%

Oneens: 75%

Algemeen wordt gezegd dat deze stelling bezuinigingen op de sector legitimeert. Terwijl iemand anders meent dat er een verschuiving in middelen optreedt van cultuur naar onderwijs.

### EENS

Waar de Brede school succesvol is, voor in de grote steden (in wijken met 40.000 tot 60.000 inwoners), is het een optie om centra en muziekscholen hier onder te brengen. De Brede school bedient een hele buurt, staat in dienst van de burger (bv. muziekles in de avond). Decentrale locaties van instellingen voor kunsteducatie zouden hier kunnen worden ondergebracht. Vooral wanneer het een nieuw te bouwen locatie is waar allerlei faciliteiten in het gebouw kunnen worden aangebracht. Maar nu worden nog niet alle maatschappelijke sectoren even goed betrokken in de Brede school. Als de kunst en cultuur voorziening op iedere school op een goede manier ingevuld is dan zou dit kunnen. Voor kinderen op het platteland, die nu ver moeten fietsen om les te krijgen zou dit een uitkomst zijn. Zij zouden eerder les nemen als dit in hun nabijheid wordt aangeboden. In de gemeente Leeuwarden is de keuze gemaakt om in 2013 te stoppen met het financieren van een zelfstandig centrum voor de kunsten. De taken worden ondergebracht bij de Brede scholen. Idee is dat daarmee meer kinderen bereikt worden. Ideaal is om alle kinderen te bereiken met een goede cultuureducatieve omgeving, volledig gelieerd aan de school. Jongeren in het voortgezet onderwijs en volwassenen worden als doelgroep helemaal losgelaten. De organisatie van deze decentrale organisatie zou wel kunnen besluiten om als zelfstandig ondernemer ook lessen buiten school aan te bieden. Dit valt dan niet onder de door de gemeente afgegeven beschikking, en moet dus geheel kostendekkend zijn. In een tijd van bezuinigingen moeten er keuzes gemaakt worden. In Leeuwarden is die keuze het intensiveren van het bereik van kunst en cultuur onder alle kinderen. Als overheid hoef je niet alle lacunes in de markt te corrigeren. Brede scholen krijgen steeds vaker nieuwe gebouwen, waar ook ruimte voor cultuuronderwijs wordt ingericht. Als je hier als centra voor de kunsten een plek in kunt krijgen is de vraag of je centrale locatie dan overbodig wordt. Ook in andere landen zie je voorbeelden waar kunst en cultuur in het onderwijs is geïntegreerd, net zoals taal en rekenen. Als op andere plekken in de maatschappij kunst en cultuur voldoende aanwezig zijn, dan is een centra voor de kunsten niet meer nodig. Deze richting zou de ontwikkeling op kunnen gaan.

### ONEENS

Het zijn juist de centra en muziekscholen die zelfstandig het aanbod en het culturele programma op de Brede school verzorgen! Het aanbod van deze instellingen is niet alleen onderwijsvervangend. In de Brede school kun je niet dezelfde faciliteiten bieden als een gespecialiseerde instelling (docenten, ruimte, instrumenten). Het aanbod in de Brede school is ook een ander aanbod dan bij de instelling 'in huis'. Meer ter kennismaking voor een bredere doelgroep. Aanbod op de Brede school en bij de instelling versterkt elkaar. Hoe zit het met mensen boven de schoolgaande leeftijd? En je kunt alles wel in de wijk organiseren, maar jongeren willen de wijk ook graag uit. Er is ook een bepaalde kritische massa qua bevolkingssamenstelling nodig, bijvoorbeeld voor samenspelgroepen, wil dit functioneren. Centra voor de kunsten zijn breder dan alleen de uitvoerende poot; het aanbieden van activiteiten. Ze doen ook aan bemiddeling, vraag en aanbod op elkaar afstemmen en doorverwijzing. Men wil geen terugkeer naar een centrum als enge voorziening, met de provinciale steunfunctie voor de tweede lijn. Een andere afweging is dat het onderwijs zelf geen eisen stelt aan de kwaliteit en het niveau van aanbod.

In een aanbesteding vertonen scholen vaak 'kruideniersgedrag'. Dit zorgt voor weinig continuïteit, en belemmert het ontstaan van een doorgaande leerlijn. Centra zijn juist partner in de ontwikkeling van doorgaande leerlijnen, daarnaast is het hun taak om de culturele omgeving te kennen, en deze kennis ten goede te laten komen van scholen. Van centra wordt een kwalitatief goed aanbod verwacht. Uit recent onderzoek in de gemeente Nijmegen blijkt trouwens dat scholen de taak van een centra helemaal niet willen overnemen. Dit kost hun teveel tijd en menskracht, dus later ze het liever aan de centra over. Het realiseren van een voorziening voor kunst en cultuur op iedere school kost ook grote investeringen.

Er is twijfel of er bij de bouw/verbouwing van een Brede school wel een goede omgeving voor cultuuronderwijs wordt ingericht. De ervaring is dat bij geldgebrek de multifunctionele ruimtes voor kunst en cultuur als eerste sneuvelen. Een muziekschool die al les geeft op basisscholen geeft aan dat scholen vaak slecht geoutilleerd zijn voor het muziekonderwijs. Iemand noemt het volledig inzetten op kinderen in de basisschoolleeftijd een te smalle basis. Grote projecten, waar ook volwassenen aan mee moeten doen, kun je dan niet meer bieden. Ook wordt er getwijfeld aan de veronderstelling dat jongeren en volwassen wel een plek kunnen vinden op de particuliere markt. Deze zou nu al vol zitten. Centra zijn een belangrijke verbindende schakel in het veld. Wanneer de organisatie veranderd zou moeten worden, zou eerder een voorbeeld genomen moeten worden aan sport. Daar zijn geen overkoepelende organisaties voor alle sporten. Centra zouden meer per discipline georganiseerd moeten zijn, van onderop met verbindingen naar de top. Iemand anders geeft aan dat segmentatie per discipline juist een idee is dat aan het verdwijnen is.

Je mist jongeren in het voortgezet onderwijs als je de weg van deze stelling zou volgen. Een centrum of muziekschool zorgt juist voor doorstroom. Aanwezigheid in de Brede school kan je basis verbreden, maar er is altijd een doelgroep die meer wil. Ook raak je de inspirerende omgeving van een centra kwijt. Een centrum biedt een speciale beleving. Maar centra moeten dan wel breder worden dan alleen lesinstituut. Een school heeft kunst en cultuur erbij, kan een nuttige 'cel' zijn. Maar een centrum heeft een aanjaagfunctie voor alles wat in een gemeente leeft. Beide moeten dan ook naast elkaar blijven bestaan.

Bij centra en muziekscholen ligt de focus op talentontwikkeling, in de Brede school gaat het om kennismaking. De functie van de Brede school wordt ook overschat. Ontwikkelingen lopen traag, en het aanbod is 'supermarkt'-achtig. Het blijkt niet de gedroomde oplossing te zijn. Het is een prachtig tekentafelidee, maar er zijn allerlei logistieke en personeelstechnische problemen wanneer je 'schoolvreemde' zaken bij scholen neerlegt. Je kunt de Brede school ook zien als meer dan een verzamelgebouw. Ook de samenwerking tussen scholen en instellingen voor kunsteducatie valt onder het begrip. Probleem hierbij is echter dat veel kunstdocenten niet in het onderwijs willen werken. Verwacht wordt dat ook de particuliere sector zich nog verder zal ontwikkelen als speler binnen de Brede school.

## 2.4 DE PROVINCIES Zouden GEEN ROL MEER MOETEN HEBBEN OP HET GEBIED VAN AMATEURKUNST.

Eens: 37%

Neutraal: 17%

Oneens: 46%

### EENS

Het zicht op amateurkunst zit op lokaal niveau, niet provinciaal. Ideaal gezien zijn er volgens iemand twee niveaus voor de ondersteuning van amateurkunst: lokaal, dicht bij de mensen en nationaal. Provincies zijn niet nodig als het rijk voldoende stimuleert (zie breedtesportimpuls). Bij IPO komen, met twaalf vertegenwoordigers, zaken niet goed van de grond. Het is ook niet efficiënt om zoals nu een beetje geld bij de provincie beschikbaar te stellen. Er wordt gezegd dat de sector vooral zichzelf moet organiseren. Een bestuurlijke tussenlaag moet hier niet al te veel bemoeienis mee hebben. Ook

blijft er veel geld 'hangen' wanneer deze bestuurlijke laag betrokken wordt bij de verdeling van subsidies.

De provincie zelf zou zich niet met amateurkunst moeten bemoeien, maar moet wel de provinciale steunfunctie in stand houden. Deze zijn zeer belangrijk voor de sector. Fondsen zouden juist naar deze provinciale kenniscentra moeten worden overgeheveld. Nu komt het voor dat de provincie zelf een actieve rol neemt in het toekennen van subsidies, waarbij ze de eigen uitvoerende organisaties passeert. En er zelfs concurrerend beleid van provincie en steunfunctie wordt uitgevoerd in een gemeente. Provincies moeten meer gebruik maken van de expertise van hun steunfunctie, en ook de uitvoering aan hen overlaten. Er wordt door een vertegenwoordiger van een muziekschool opgemerkt dat de provincie hen ook voor de voeten loopt. Zo hebben zij zelf een eigen, lokale cultuurmakelaar, en heeft de provincie een eigen cultuurmakelaar. De gemeente is het beste in staat te kijken naar de eigen omgeving en zaken ter plekke te regelen. Iemand oppert dat de tweedelijnszaak ook landelijk uitgevoerd zou kunnen voeren, via expertisecentra.

Voor amateurkunst is de gemeente essentieel, daar wordt het beleid gemaakt.

Formeel heeft de provincie geen taak op het gebied van amateurkunst. Wat zij doen is dus vrijblijvend. Beter is het zorgen voor sterke centra voor de kunsten, met een regionale functie, die dicht op de gemeenschap hun werk doen. Hier wordt tegenin gebracht dat centra nu te aanbodgericht zijn, en dan er ook veel gebieden zijn zonder centrum voor de kunsten. Er wordt door sommigen gepleit voor het helemaal afschaffen van de provincie. Er zijn teveel gescheiden speelvelden, met matchingsregelingen. Educatie leidt onder de veelheid aan lagen. Als een van de overheden de keus maakt om uit een gezamenlijk traject te stappen stort het hele kaartenhuis in. Beter zouden regionaal samenwerkende gebieden zijn.

De rol van de provincies moet sowieso beperkt worden. Maar in de G4 heb je weinig tot niets te maken met de provincie. De gemeente is hier gesprekspartner.

## ONEENS

In Flevoland is de amateurkunst heel plaatsgebonden georganiseerd. De lokale centra voor de kunsten krijgen hier van de provincie subsidie (via de regeling cultuurparticipatie van het Fonds voor Cultuurparticipatie) om per plaats in te gaan op de vraag. Ondersteuning voor cultuureducatie in het onderwijs wordt provinciaal georganiseerd, dat is een meerwaarde. De provinciale laag wordt ook gewaardeerd vanwege het zicht op regionale samenwerking, zoals bijvoorbeeld bij het Cultuurpact in Gelderland, dat door de provincie gefaciliteerd wordt. Het microniveau kan worden overgelaten aan het veld en de gemeente, maar de provincie heeft een belangrijke ontwikkelingstaak. Ook wordt bij gemeenteambtenaren knowhow gemist. In kleine gemeenten hebben ambtenaren die cultuur in de portefeuille hebben vaak weinig uren hiervoor beschikbaar, en is er weinig aandacht voor. De provincie ondersteunt wanneer er 'witte vlekken' zijn. Het blijkt ook lastig om alle gemeenten op een lijn te krijgen bij een grootschalig project, zoals bijvoorbeeld het ontwikkelen van een digitaal loket voor alle bibliotheken in Nederland (GIDS). Wellicht is hier een rol weggelegd voor de provincie. De grote steden behoeven wellicht geen ondersteuning op dit terrein, en vallen buiten provinciaal beleid. Maar buiten de steden is facilitering nodig, en hebben provincies een taak in de rol van spreiding. De kracht van de provincie is juist dat kleinere gemeenten gesteund worden, en dat zij niet hoeven te concurreren met de steden. Dat wat regionaal georganiseerd wordt, wordt door gemeenten in de regio bepaald in samenspraak met de provinciale steunfunctie. Dat is altijd een voorwaarde in Gelderland. Samen wordt zo meer bereikt dan individuele gemeenten voor elkaar zouden krijgen. De provinciale steunfunctie heeft een meerwaarde voor gemeenten in een provincie, om hen sterker te maken. Zij brengen geld in voor kwaliteitsverbetering in hun gemeente. De afstand tussen Rijk en gemeente is groot, een tussenlaag is nodig. De provincie biedt dat overzicht; dat is de kracht. Er is een tussenpersoon nodig die de kracht van professionele instellingen in een provincie kanaliseert. Kleine gemeenten zijn inhoudelijk en financieel ook niet in staat om amateurkunst in leven te houden. Vanuit Kunst en Cultuur Drenthe wordt algemeen opgemerkt dat zij als provinciale steunfunctie maar

voor de helft afhankelijk zijn van provinciale subsidie. Dit is een gedeelte van hun taak, daarnaast werken ze ook landelijk en voor diverse klantgroepen. Zij ontlene niet hun bestaansrecht alleen aan de provincie Drenthe.

Als provinciale ondersteuning wegvalt, dan weet een groot aantal verenigingen niet meer waar ze moeten aankloppen. Op het platteland en in krimpgebieden is ook kritische massa in de vorm van provinciale ondersteuning nodig. De infrastructuur voor amateurkunst zou zeer negatief beïnvloedt worden als de provincie daarvoor niet meer verantwoordelijk zou zijn. In kleine gemeenten blijft niets over als de provincie wegvalt. Ook kan de provincie de versnippering in de amateurkunst tegengaan, en krachten bundelen.

In niet-stedelijke gebieden is er een substantiële rol weggelegd voor de provincie. De provinciale steunfuncties doen daar goed werk. Deze organisaties boren naast provinciale subsidies ook anderen bronnen van financiering aan. Zij zouden in stand moeten worden gehouden. Probleem met de provincies is de wisselvalligheid. In tijden van bezuinigingen loopt de amateurkunst hiermee een risico.

## 2.5 LAAGDREMPELIG EN MAKKELIJK INPASBAAR AANBOD IS VAN GELIJKE WAARDE ALS DE VERDIEPING IN DE DISCIPLINES.

Eens: 65%

Neutraal: 21%

Oneens: 14%

In deze stelling worden twee, of zelfs meerdere, zaken door elkaar gehaald. Eerst komt laagdrempeligheid, dan verdieping. De deelnemer bepaalt zelf de waarde. Het maakt niet uit hoe iemand aan kunst en cultuur doet, als hij of zij het maar doet.

### EENS

Kennismaking via toegankelijk aanbod is net zo belangrijk als verdieping. Via dit type aanbod haal je mensen binnen, verleid je ze tot deelname. Beide typen aanbod moeten naast elkaar bestaan. Ook in de sport bijvoorbeeld zijn de breedtesport en de topsport aan elkaar gekoppeld. Dit zou voor cultuur ook op deze manier op de agenda moeten komen. In de campagne 'Muziek telt' zou brede deelname gecombineerd moeten worden met het scouten van talent. Dan verbind je beide typen aanbod.

Vanuit de klant gezien zijn beide typen aanbod aan elkaar gelijk. Of iemand leuk bezig wil zijn, of juist op zoek is naar verdieping, maakt niet uit. Als de klant zelf er maar waarde aan hecht. Klanten kunnen ook goed beseffen dat zij 'zappers' zijn, dit is een legitieme motivatie. In aanraking komen met is ook nodig als je wilt dat mensen daarna blijven hangen. Het wordt net zo waardevol gevonden dat iemand uit een achterstandswijk zijn weg vindt door een eerste aanraking met kunst, dan dat iemand anders uitmuntend muzikaal opgeleid is (misschien zelfs waardevoller).

Van gelijke waarde is een moeizaam begrip. Beide typen aanbod moeten op eigen, dus andere, criteria beoordeeld worden. Het zijn twee ongelijkwaardige zaken. Eerst moet je mensen binnen zien te krijgen, dan kun je met hun aan de slag. Laagdrempeligheid en verdieping zijn beide van belang. Als overheid moet je verschillende bevolkingsgroepen bedienen. Iedereen moet de gelegenheid hebben om aan kunstbeoefening te doen.

### ONEENS

De moeilijkheid hiermee is dat de gemiddelde docent zou gaan voor verdieping. De passie van een docent is om iemand echt iets bij te brengen. Talentvolle leerlingen, die verdieping zoeken, zijn de 'krenten in de pap'. Maar je moet tegelijkertijd ook als docent zorgen dat er leerlingen blijven binnenstromen. Denk daarom volgens het piramidemodel; een brede basis en een klein clubje dat verdieping wenst. Het centrum voor de kunsten als activiteitscentrum, waar ieder naar eigen gading 'shopt', is een ontwikkeling die niet wenselijk geacht wordt. Er moet verschil zijn tussen entertainment en educatie.

Voor de lokale overheid is de ambitie dat iedereen mee kan doen aan kunst en cultuur, zij hoeven niet te faciliteren dat iedereen de top bereikt (dat is een functie voor het Rijk, via de kunstvakopleiding). Gemeente kiest voor laagdrempelig aanbod. De mate van verdieping, die professionals bereiken, wordt door iemand wel essentieel genoemd als voorbeeldfunctie om geïnspireerd te raken.

## 2.6 AMATEURKUNST HEEFT GEEN FINANCIËLE EN/OF ORGANISATORISCHE ONDERSTEUNING NODIG.

Eens: 4%                      Neutraal: 8%                      Oneens: 88%

### EENS

De overgrote meerderheid aan amateurkunstenaars regelen hun eigen zaakjes. Daarnaast levert amateurkunst ook geld op, via inkomsten uit verhuur.

### NEUTRAAL

Als de amateurkunst goed zo functioneren zou ondersteuning niet nodig zijn. Maar dit blijkt niet het geval te zijn, dus is ondersteuning wel nodig.

### ONEENS

Er zijn verenigingen die zo groot zijn dat ze geen steun nodig hebben. Maar voor veel kleinere verenigingen is ondersteuning wel degelijk noodzaak om te overleven. Sommige dingen kun je als vereniging niet alleen doen. Daar is organisatorische ondersteuning voor nodig. Over financiële ondersteuning is te twisten, omdat veel verenigingen in staat zijn voor zichzelf te zorgen. Voor verdere ontwikkeling van de amateurkunst, bieden van impulsen en prikkels en de samenwerking met professionals, is wel financiële ondersteuning nodig. Amateurkunst vertegenwoordigt een maatschappelijke waarde. Het is belangrijk voor sociale cohesie; het cement van de samenleving. Plekken creëren voor amateurkunst hoort bij de taak van de overheid. Gemeenten moet initiatieven faciliteren. Niet structureel, dus voor eeuwig in stand houden, maar dingen op de rails zetten, en impulsen geven. De burger is zelf ook aan zet, via particulier initiatief en steun van bedrijven. De overheid heeft hierin een coördinerende rol.

## 2.7 DE TOEKOMSTVERKENNING (DEEL 3 VAN HET SCP-RAPPORT) IS VOORAL VAN TOEPASSING OP DE STEDEN EN NIET OP LANDELIJKE GEBIEDEN.

Eens: 12%                      Neutraal: 38%                      Oneens: 50%

### EENS

Landelijk gebied kent vaker traditionele vormen van kunstbeoefening, zoals in harmonie en fanfareorkest. Dit maakt verschil uit voor de trends.

Nu wel, maar over 5 jaar wellicht niet meer. Aanwezigheid van niet-westerse bevolkingsgroepen is vooral een stedelijk iets. De trend van internationalisering geldt extreem voor de G50.

### NEUTRAAL

Op sommige aspecten wel, andere aspecten niet.

### ONEENS

In de SCP publicaties wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen stad en platteland. Het blijkt dat stedelingen lang niet altijd voorop lopen. In steden zijn ook achterstandsgebieden die een balans in

een bepaalde trend brengen, ten opzichte van in steden aanwezige voorlopers. Een trend als het gebruik van internet en interactieve media is ook, of zelfs juist, voor het platteland interessant omdat hier amateurkunstenaar en instelling/vereniging vaak in afstand verder van elkaar afliggen.

De analyse is wel van toepassing, maar de zaken gaan langzamer op het platteland.

In Nederland is niet echt sprake van landelijk gebied, alles is verdicht. Als je naar de trend informatisering kijkt is heel de wereld het speelveld. Wat betreft de 2.0 ontwikkelingen zou het platteland, waar afstanden groter zijn, wellicht zelfs meer aan internettoepassingen hebben, als alternatief voor bepaalde stedelijke voorzieningen die er missen. Dit zou de stelling omdraaien.

Amateurkunst heeft in stedelijke en plattelandsgebieden een andere functie. Voor scholen gelden de ontwikkelingen zowel in de steden als op het platteland.

## 2.8 GENERATIEVERSCHILLEN BINNEN HET VERENIGINGS- OF DOCENTENKADER REMMEN VERNIEUWING IN HET AANBOD.

Eens: 58%

Neutraal: 15%

Oneens: 27%

### EENS

Oudere docenten snappen niet meer hoe jonge mensen leren. Er is weinig doorstroom van docenten bij centra voor de kunsten. Elke docent blijft tot zijn 65<sup>ste</sup> zitten. De CAO is hierin een remmende factor. Er wordt de wens geopperd dat centra docenten met elkaar uitwisselen, om hen te laten zien hoe het ook anders kan. Er is ook een kloof aan het ontstaan op het gebied van nieuwe media.

Docenten zijn bang om de dingen anders te doen dan ze gewend zijn. Er zouden daarom meer middelen beschikbaar moeten zijn voor training en ontwikkeling, ook om de eigen houding ten opzichte van verandering aan de kaak te stellen. Docenten zijn er nu van overtuigd dat ze het goed doen, ze zijn opgeleid in meester-gezel model en lesgeven aan meer dan drie leerlingen ervaren ze als bezigheidstherapie. Er moet meer gekeken worden naar de wensen van de klant. En minder bescherming geboden worden aan docenten die niet mee willen in nieuwe ontwikkelingen.

Het zijn oudere docenten die vernieuwing tegenhouden. Als je als directeur van een instelling de gemiddelde leeftijd van je team jong houdt, dan kennen docenten de leefwereld van hun klanten beter. Via jonge docenten krijg je, ondanks hun opleiding, automatisch vernieuwing in werkwijzen. In verenigingen streeft het oudere kader niet naar vernieuwing, maar naar verjonging. Er is nieuwe aanwas nodig om tradities voort te zetten.

Generatieverschil remt vernieuwing. Het kader van verenigingen wordt steeds ouder en houdt innovatie tegen. Verjonging in besturen zou nieuwe ontwikkelingen bevorderen. Maar als er generatieverschillen zijn in een vereniging komt er ooit wel vernieuwing.

### ONEENS

Op sommige plekken is vernieuwing helemaal niet nodig. Ook wordt er op plekken al goed ingespeeld op de veranderende wensen van de klant, door samenspelvormen aan te bieden. Verschil kan ook juist vernieuwing stimuleren. Bijvoorbeeld een jonge dirigent voor een orkest kan voor nieuwe dynamiek zorgen. Ook in een groep docenten waar jong en oud vertegenwoordigd zijn is het juist goed om van elkaar te leren. Er wordt gezegd dat de huidige kunstvakopleidingen niet meer aansluiten bij de veranderde praktijk.

Vernieuwing is niet aan generaties gebonden. Er is altijd een bepaalde groep jong of oud die voor verandering is. In de amateurfilmsector wil de oudere generatie juist leren van de jongere generatie; van hun kennis van nieuwe technieken. Generaties hebben wel een andere manier van filmen, maar juist daarom hebben ze elkaar nodig. Les krijgen van jonge docenten is in dit veld niet ongewoon, en juist erg stimulerend.

Het zijn niet de docenten die een remmende kracht vormen, het zijn de directeuren van instellingen. Zij moeten hun medewerkers mee zien te krijgen in nieuwe ontwikkelingen, en hen de drempel

overkrijgen om hun tradities te doorbreken. Dit gebeurt niet van stel op sprong. Verandering heeft tijd nodig. Bij werving en selectie kun je iets aan vergrijzing van je corps doen. Opgemerkt wordt dat oudere docenten juist ook heel vernieuwend kunnen zijn, gebaseerd op eigen ervaring, en jongeren juist heel traditioneel, hechtend aan hun conservatorium opleiding. Binnen het verenigingskader geldt dit generatieverschil niet zozeer. Zo heb je bijvoorbeeld ouderen- en jongerenkoren, met een kader dat voortkomt uit de eigen groep.

Leeftijd is niet van belang, het gaat om manier van lesgeven.

## 2.9 INTERACTIEVE MEDIA MOETEN EEN CENTRALE PLEK KRIJGEN BINNEN INSTELLINGEN EN VERENIGINGEN.

Eens: 72%

Neutraal: 18%

Oneens: 10%

### NEUTRAAL

Hier moet onderscheid gemaakt worden tussen instellingen en verenigingen. Een vereniging bepaalt zelf wat zij wil doen met interactieve media, voor een instelling lijkt dit meer noodzaak.

### ONEENS

Interactieve media bieden zeker veel kansen, maar je moet als organisatie wel weten wat je ermee kan. Je moet het niet gaan inzetten alleen omdat het hip is. Het moet wel gedragen worden door leerlingen of leden. Een 'centrale' plek voor interactieve media is een brug te ver. Dit type media biedt zeker toegevoegde waarde, maar de inzet ervan is geen centraal focuspunt.

## 2.10 HET IS URGENT OM OP DE IN HET RAPPORT BESCHREVEN TOEKOMSTTRENDS IN TE SPELEN.

Eens: 72%

Neutraal: 19%

Oneens: 9%

In het algemeen wordt opgemerkt dat de centra van wie er deze bijeenkomst vertegenwoordigers aanwezig zijn allemaal in de grotere steden staan. Deze centra zijn al bezig te veranderen. Het geschetste beeld is daarom niet helemaal representatief.

### EENS

Dit is zeker urgent. De trends zijn een beweging die zich voortzet. Veranderingen invoeren bij centra voor de kunsten kent een doorlooptijd en gebeurt vaak gefaseerd. Omdat dingen niet van vandaag op morgen veranderen moet er niet afgewacht worden. Het rapport geeft richtingen aan die veranderingen op kunnen gaan. Maar laat ook veel vrijheid. Voor een deelnemer moeten de trends dan wel explicieter gemaakt worden, zodat verenigingen en instellingen er concreet mee aan de slag kunnen. Nu zijn het meer containerbegrippen die redelijk vaag blijven.

Veranderingen zijn nu al gaande, dus centra en verenigingen moeten ook nu mee veranderen. Er moet snel begonnen worden met aanpassingen, maar wel met kleine stapjes. Bedenk waar je over twee jaar wil zijn.

Veranderingen gaan snel, je moet er nu mee aan de slag gaan. Wil je jongeren blijven bereiken dan moet je mee in verandering. Bezuinigingen verhogen de urgentie ook. De toekomsttrends zijn niet schokkend, instellingen en verenigingen zijn al bezig hierop in te spelen. Wel is er verschil in urgentie per trend. Zo moet er zeker begonnen worden met het aan je binden van communities. Alleen aanbieden is niet meer voldoende. Er moet een omslag komen naar meer vraaggericht denken.

#### NEUTRAAL

Er zijn ook nog een hoop andere ontwikkelingen die we nu nog niet kennen.

#### ONEENS

Er gebeurt al heel veel. En de omstandigheden moeten wel gelegenheid bieden aan de wil tot inspelen op de trends.

Er is een mêlee aan werkelijkheden waar je als centrum of vereniging je weg in moet zoeken. Trends zijn een toekomstbeeld, waar je niet achteraan moet hollen.

## 3 Toekomstverkenningen

Doel van de bijeenkomsten was genodigden te informeren over de bevindingen van het SCP en hierover met elkaar in gesprek te gaan. Door de opzet van het programma kreeg iedere deelnemer ruimschoots de mogelijkheid zijn/haar opmerkingen en reacties kenbaar te maken. Er is niet getracht om bij elk onderwerp tot gemeenschappelijke conclusies te komen. En ook de uitkomsten van de stemmingen naar aanleiding van de stellingen mogen niet als zodanig beschouwd worden omdat de samenstelling van de aanwezigen niet representatief was. De aanwezigen konden onderverdeeld worden in provinciale overheid (3%), lokale overheid (17%), aanbieders van kunsteducatie (34%), provinciale tweedelijnsinstellingen (5%), verenigingen (17%), onderwijs (5%) en overig (19%).

### OBSERVATIES

Uit de discussies tijdens de bijeenkomsten en ook uit de reacties op de stellingen is een aantal observaties te herleiden. Deze zijn hierna, zoveel als mogelijk gegroepeerd, weergegeven. Over het algemeen herkende men het merendeel van de uitspraken in het rapport, maar men vond ze inhoudelijk nog weinig toegespitst. Vanuit verschillende organisaties is verteld hoe zij concreet in denken te gaan op de beschreven ontwikkelingen.

De in het SCP-rapport geschetste trends zijn al duidelijk zichtbaar, daarover is iedereen het eens. In de bijeenkomsten werden verschillende uitspraken gedaan, die hier achter elkaar geplaatst zijn. Veranderingen zijn nu al gaande, dus centra en verenigingen moeten ook nu mee veranderen. Er moet snel begonnen worden met aanpassingen, maar dan wel in kleine stapjes. Bedenk waar je over twee jaar wil zijn. Veranderingen invoeren kent een doorlooptijd en gebeurt vaak gefaseerd. Omdat dingen niet van vandaag op morgen veranderen moet er niet afgewacht worden. Een aantal centra onderkende dit al langer en zijn al een eind op weg in het veranderingsproces.

Wil je jongeren blijven bereiken dan moet je mee in verandering. Bezuinigingen verhogen de urgentie ook. De toekomsttrends zijn niet schokkend, instellingen en verenigingen zijn al bezig hierop in te spelen. Wel is er verschil in urgentie per trend. Zo moet er zeker begonnen worden met het aan je binden van communities. Alleen aanbieden is niet meer voldoende. Er moet een omslag komen naar veel meer vraaggericht denken. Het SCP rapport geeft richtingen om die andere wegen op te kunnen gaan, maar laat ook veel vrijheid.

De trends moeten meer expliciet gemaakt worden, zodat verenigingen en instellingen er concreet mee aan de slag kunnen. Nu zijn het meer containerbegrippen die redelijk vaag blijven.

#### 3.1 OBSERVATIES: VRAAG EN AANBOD

- a Organisaties moeten van rol veranderen; meer inspelen op de vraag uit de markt, en flexibeler worden (op het gebied van personeel, bijvoorbeeld door zzp'ers in te huren, maar ook door kennis van meervoudige intelligenties en multiculturaliteit). Dit geldt ook voor de docenten. Problematisch is dat vernieuwingen die in het reguliere onderwijs zijn doorgevoerd niet of niet voldoende zijn doorgedrongen in de buitenschoolse kunsteducatie, bijvoorbeeld het coachend begeleiden van cursisten in plaats van frontaal aanleren.
- b Kennismaking via toegankelijk aanbod is net zo belangrijk als verdieping. Via dit type aanbod haal je mensen binnen, verleid je ze tot deelname. Beide typen aanbod moeten dan ook naast elkaar bestaan. In de sport bijvoorbeeld zijn de breedtesport en de topsport aan elkaar gekoppeld. Dit zou voor cultuur ook op deze manier op de agenda moeten komen. In de

campagne 'Muziek telt' zou brede deelname gecombineerd moeten worden met het scouten van talent. Dan verbind je beide typen aanbod.

- c Aanbod wordt zowel meer specifiek - onderwerp aanbieden in specialistische deelstukken - als meer generiek, met een collectief pakket waarbinnen een eigen keuze mogelijk is. Organisatie van de kunstbeoefening wordt steeds ingewikkelder door de meer diverse vraag van potentiële cursisten. Zo zijn bijvoorbeeld specialistische docenten nodig, maar ook generalisten. De centrale vraag is: hoe bedien je het individu en de grotere massa? Probleem hierbij is de overvloed aan vrije-tijd-keuzes die iedereen heeft. Dit zorgt voor ongrijpbaarheid, en maakt dat het lastig sturen is. Men moet op zoek gaan naar de vraag achter de vraag. Organisaties moeten zorgen voor coaching en begeleiding, proactief inspelen op trends, en het liefst trendsettend zijn.
- d Kunstbeoefening moet laagdrempelig en makkelijk inpasbaar worden gemaakt, waarbij kwaliteit voorop staat. Klant-zijn is een belangrijk item. Klanten hebben geen 9 tot 5 mentaliteit meer maar willen 24/7 bediend worden. Alles moet binnen handbereik zijn, 'de instelling als supermarkt'. Maar voor kwaliteit maken mensen nog steeds tijd!
- e Er bestaat nog onvoldoende kennis van en inzicht in de kunsteducatievraag naar genres, vormen, behoeften en tradities van bevolkingsgroepen met een niet-westerse achtergrond.
- f Wat particuliere aanbieders doen is een gegeven. Als centrum kun je alleen zorgen dat je je onderscheidt, en het aanbod van de particuliere sector overtreft en beter bent. Bijvoorbeeld cursussen zowel fysiek als online aanbieden. Of de groepslessen en de ensembles in het aanbod als positief accenturen. Daarmee kun je je onderscheiden. Wanneer beide aanbieders naast elkaar bestaan houd je ook marktwerking.

### 3.2 OBSERVATIES: FYSIEK OF ONLINE CONTACT

- a Aan de ene kant wordt gezegd dat door gebruik van ICT de mogelijkheid ontstaat voor een nieuw laagdrempelig podium, dat meer dan voorheen gebruikt wordt en waar niemand van wordt uitgesloten. Het is een onomkeerbare beweging waarin iedereen mee moet! Aan de andere kant wordt gezegd dat ICT handig en efficiënt is, maar dat face to face contact het belangrijkste is.
- b Instellingen zouden de interactieve 'social media' mogelijkheden, naast fysieke sociale contacten, meer kunnen benutten. Centra voor de kunsten zouden door voorwaarden te scheppen en te faciliteren een broedplaats/laboratoriumfunctie voor communities kunnen zijn (meer dan alleen lesgeven). Hier is een investering in uren, geld, apparatuur en scholing voor nodig. Instellingen moeten interactiever gaan worden, anders worden ze ingehaald door de particuliere markt. Maar hoe zet je als centrum 2.0 in, zodat het ook werkt? Hier is nog veel onkunde.
- c Op de stelling 'Interactieve media moeten een centrale plek krijgen binnen instellingen en verenigingen' werd landelijk 8% op oneens gestemd, terwijl van de deelnemers van de regio-oost-bijeenkomst 24% op oneens stemde.
- d In de SCP publicaties wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen stad en platteland. Het blijkt dat stedelingen lang niet altijd voorop lopen. In steden zijn ook achterstandsgebieden die een balans in een bepaalde trend brengen, ten opzichte van in steden aanwezige voorlopers. Een trend als het gebruik van internet en interactieve media is ook, of zelfs juist, voor het platteland interessant omdat hier amateurkunstenaar en instelling/vereniging vaak in afstand verder van elkaar afliggen.

### 3.3 OBSERVATIES: BREDE SCHOOL

- a Aanwezigheid in de Brede school kan je basis verbreden, maar er is altijd een doelgroep die meer wil. Een centrum of muziekschool zorgt juist voor doorstroom en biedt een speciale beleving. Maar centra moeten dan wel breder worden dan alleen lesinstituut. Een school heeft kunst en cultuur erbij, kan een nuttige 'cel' zijn. Maar een centrum heeft een aanjaagfunctie voor alles wat in een gemeente leeft. Beide vormen van aanbod moeten dan ook naast elkaar blijven bestaan.

### 3.4 OBSERVATIES: AMATEURKUNST

- a De provincie zelf zou zich niet met amateurkunst moeten bemoeien, maar moet wel de provinciale steunfunctie in stand houden. De provinciale steunfunctie is belangrijk voor de amateurkunstsector. De budgetten van landelijke Fondsen zouden juist naar de provinciale steunfunctie moeten worden overgeheveld.
- b De provinciale laag wordt ook gewaardeerd vanwege de mogelijkheden van regionale samenwerking. In kleine gemeenten hebben ambtenaren die cultuur in de portefeuille hebben vaak weinig uren voor het onderwerp amateurkunst beschikbaar, en is er dan ook weinig beleidsaandacht voor. De provincie ondersteunt wanneer er 'witte vlekken' zijn. Als provinciale ondersteuning wegvalt, dan weet een groot aantal amateurkunstverenigingen niet meer waar ze moeten aankloppen.
- c Op het platteland en in krimpgebieden is ook kritische massa in de vorm van provinciale ondersteuning nodig. De infrastructuur voor amateurkunst zou zeer negatief beïnvloed worden als de provincie daarvoor niet meer verantwoordelijk zou zijn. In regio's met veel kleine gemeenten blijft niets van de amateurkunst over als de provinciale steunfunctie wegvalt. Ook kan de provincie de versnippering in de amateurkunst tegengaan, en krachten bundelen.
- d Op de stelling 'De provincies hebben geen rol op het gebied van de amateurkunst' reageerden 47% van de vertegenwoordigers van de lokale overheid positief en 42% negatief, van de aanbieders van kunsteducatie was 57% het eens en 26% het oneens, van de provinciale steunfunctie was iedereen het met de stelling eens en van de verenigingen was 28% het eens en 61% oneens. Het is duidelijk dat gemeenten en provincies, en provinciale en lokale instellingen met elkaar van mening verschillen.
- e Amateurkunst vertegenwoordigt een maatschappelijke waarde. Het is belangrijk voor sociale cohesie; het cement van de samenleving. Plekken creëren voor amateurkunst hoort bij de taak van de overheid. Gemeenten moeten initiatieven faciliteren. Niet structureel, dus voor eeuwig in stand houden, maar dingen op de rails zetten, en impulsen geven. De burger is zelf ook aan zet, via particulier initiatief en steun van bedrijven. De overheid heeft hierin een coördinerende rol.
- f Sommige dingen kun je als vereniging niet alleen doen. Daar is organisatorische ondersteuning voor nodig. Over financiële ondersteuning is te twisten, omdat veel verenigingen in staat zijn voor zichzelf te zorgen. Voor verdere ontwikkeling van de amateurkunst, bieden van impulsen en prikkels en de samenwerking met professionals, is wel financiële ondersteuning nodig.

### 3.5 OBSERVATIES: PROFESSIONALISERING

- a Er is weinig doorstroom van docenten bij centra voor de kunsten. Elke docent blijft tot zijn 65ste zitten. De CAO is hierin een remmende factor. Er wordt de wens geopperd dat centra docenten met elkaar uitwisselen, om hen te laten zien hoe het ook anders kan. Er is ook een kloof aan het ontstaan op het gebied van nieuwe media. Docenten zijn bang om de dingen anders te doen dan ze gewend zijn. Er zouden daarom meer middelen beschikbaar moeten zijn voor training en

- ontwikkeling, ook om de eigen houding ten opzichte van verandering aan de kaak te stellen. Docenten zijn er nu van overtuigd dat ze het goed doen, ze zijn opgeleid in het meester-gezel model en lesgeven aan meer dan drie leerlingen ervaren ze niet als onderwijs maar als bezigheidstherapie. Er moet meer gekeken worden naar de wensen van de klant, en er moet minder bescherming geboden worden aan docenten die niet mee willen in nieuwe ontwikkelingen.
- b Op de stelling 'Generatieverschillen binnen het verenigings- of docentenkader remmen vernieuwing in het aanbod' reageerde 65% van de vertegenwoordigers van de aanbieders kunsteducatie positief en 35% negatief op de stelling.

# Bijlage I Stemmingen per doelgroep

UITWERKING VAN DE STEMMINGEN PER DOELGROEP.

<b>1. De in het rapport beschreven ontwikkelingen zijn herkenbaar.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	1	2	0	3	3%
Lokale overheid	15	4	0	19	18%
Aanbieders kunsteducatie	30	5	1	36	33%
Prov. tweedelijnsinstellingen	5	1	0	6	6%
Verenigingen	13	6	0	19	18%
Onderwijs	3	1	0	4	4%
Overig	18	3	0	21	19%
Totaal	85	22	1	108	100%
Percentage	79%	20%	1%	100%	

<b>2. De CvK's moeten zich alleen richten op het aanbod dat het particuliere circuit laat liggen.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	1	0	2	3	3%
Lokale overheid	1	2	16	19	17%
Aanbieders kunsteducatie	2	2	32	36	33%
Prov. tweedelijnsinstellingen	1	2	3	6	6%
Verenigingen	0	4	15	19	17%
Onderwijs	0	2	3	5	5%
Overig	2	3	16	21	19%
Totaal	7	15	87	109	100%
Percentage	6%	14%	80%	100%	

<b>3. Als iedere school breed is, zijn zelfstandige CvK's/muziekscholen overbodig.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	1	0	2	3	3%
Lokale overheid	2	2	15	19	18%
Aanbieders kunsteducatie	2	5	29	36	33%
Prov. tweedelijnsinstellingen	0	2	3	5	5%
Verenigingen	2	5	12	19	18%
Onderwijs	1	0	4	5	5%
Overig	1	4	16	21	19%
Totaal	9	18	81	108	100%
Percentage	8%	17%	75%	100%	

<b>4. De provincies hebben geen rol op het gebied van amateurkunst.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	0	0	2	2	2%
Lokale overheid	9	2	8	19	18%
Aanbieders kunsteducatie	20	6	9	35	33%
Prov. tweedelijnsinstellingen	0	0	6	6	6%
Verenigingen	5	2	11	18	17%
Onderwijs	1	3	1	5	5%
Overig	4	5	11	20	19%
Totaal	39	18	48	105	100%
Percentage	37%	17%	46%	100%	

<b>5. Laagdrempelig en makkelijk inpasbaar aanbod is van gelijke waarde als de verdieping in de canonieke disciplines.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	2	0	0	2	2%
Lokale overheid	14	2	3	19	18%
Aanbieders kunsteducatie	25	10	1	36	35%
Prov. tweedelijnsinstellingen	3	2	1	6	6%
Verenigingen	10	3	3	16	16%
Onderwijs	2	1	1	4	4%
Overig	11	4	5	20	19%
Totaal	67	22	14	103	100%
Percentage	65%	21%	14%	100%	

<b>6. Amateurkunst heeft geen ondersteuning nodig.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	0	0	2	2	2%
Lokale overheid	1	4	13	18	17%
Aanbieders kunsteducatie	3	2	30	35	33%
Prov. tweedelijnsinstellingen	0	0	6	6	6%
Verenigingen	0	1	18	19	18%
Onderwijs	0	0	5	5	5%
Overig	0	2	19	21	20%
Totaal	4	9	93	106	100%
Percentage	4%	8%	88%	100%	

<b>7. De analyse van het SCP is vooral van toepassing op de steden en niet op landelijke gebieden.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	0	1	1	2	2%
Lokale overheid	0	9	10	19	18%
Aanbieders kunsteducatie	3	16	18	37	34%
Prov. tweedelijnsinstellingen	1	2	3	6	6%
Verenigingen	6	7	5	18	17%
Onderwijs	0	3	2	5	5%
Overig	3	3	15	21	19%
Totaal	13	41	54	108	100%
Percentage	12%	38%	50%	100%	

<b>8. Generatieverschillen binnen het verenigings- of docentenkader remmen vernieuwing in het aanbod.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	1	0	1	2	2%
Lokale overheid	13	2	4	19	18%
Aanbieders kunsteducatie	24	0	13	37	34%
Prov. tweedelijnsinstellingen	3	3	0	6	6%
Verenigingen	8	6	5	19	18%
Onderwijs	2	0	3	5	5%
Overig	12	5	3	20	19%
Totaal	63	16	29	108	100%
Percentage	58%	15%	27%	100%	

<b>9. Interactieve media moeten een centrale plek krijgen binnen instellingen en verenigingen.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	1	1	0	2	2%
Lokale overheid	15	3	1	19	21%
Aanbieders kunsteducatie	27	7	2	36	40%
Prov. tweedelijnsinstellingen	3	0	2	5	6%
Verenigingen	3	1	1	5	6%
Onderwijs	3	1	1	5	6%
Overig	13	3	2	18	20%
Totaal	65	16	9	90	100%
Percentage	72%	18%	10%	100%	

<b>10. Het is urgent om op de in het rapport beschreven toekomstrends in te spelen.</b>					
	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal	Percentage
Provinciale overheid	1	0	1	2	2%
Lokale overheid	13	3	2	18	17%
Aanbieders kunsteducatie	31	5	1	37	35%
Prov. tweedelijnsinstellingen	3	2	1	6	6%
Verenigingen	12	5	2	19	18%
Onderwijs	3	1	0	4	4%
Overig	14	4	3	21	20%
Totaal	77	20	10	107	100%
Percentage	72%	19%	9%	100%	

## Bijlage II Stemmingen per regio

UITWERKING VAN DE STEMMINGEN PER REGIO.

**1. De in het rapport beschreven ontwikkelingen zijn herkenbaar.**

	Midden		Oost		Noord		West		G4		
	Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		
Eens	83,33%	20	65%	13	78,95%	15	77,78%	14	85,19%	23	78,05%
Neutraal	16,67%	4	30%	6	21,05%	4	22,22%	4	14,81%	4	20,95%
Oeens	0%	0	5%	1	0%	0	0%	0	0%	0	1,00%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**2. De CvK's moeten zich alleen richten op het aanbod dat het particuliere circuit laat liggen.**

	Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		
Eens	4,17%	1	0%	0	9,52%	2	11,76%	2	7,41%	2	6,57%
Neutraal	8,33%	2	20%	4	4,76%	1	17,65%	3	18,52%	5	13,85%
Oeens	87,50%	21	80%	16	85,71%	18	70,59%	12	74,07%	20	79,57%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**3. Als iedere school breed is, zijn zelfstandige CvK's/muziekscholen overbodig.**

	Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		
Eens	4,17%	1	5%	1	19,05%	4	12,50%	2	3,70%	1	8,88%
Neutraal	12,50%	3	25%	5	19,05%	4	25%	4	7,41%	2	17,79%
Oeens	83,33%	20	70%	14	61,90%	13	62,50%	10	88,89%	24	73,32%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**4. De provincies hebben geen rol op het gebied van amateurkunst.**

Responsen	Responsen	Responsen	Responsen	Responsen
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

	(percentage)	(telling)	(percentage)	(telling)	(percentage)	(telling)	(percentage)	(telling)	(percentage)	(telling)	
Eens	36,36%	8	27,78%	5	45%	9	50%	9	29,63%	8	37,75%
Neutraal	13,64%	3	16,67%	3	5%	1	16,67%	3	29,63%	8	16,32%
Oneens	50%	11	55,56%	10	50%	10	33,33%	6	40,74%	11	45,93%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**5. Laagdrempelig en makkelijk inpasbaar aanbod is van gelijke waarde als de verdieping in de canonieke disciplines.**

	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	
Eens	70,83%	17	78,95%	15	60%	12	58,82%	10	56,52%	13	65,02%
Neutraal	20,83%	5	21,05%	4	25%	5	29,41%	5	13,04%	3	21,87%
Oneens	8,33%	2	0%	0	15%	3	11,76%	2	30,43%	7	13,10%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>23</b>	<b>100,00%</b>

**6. Amateurkunst heeft geen ondersteuning nodig.**

	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	
Eens	8,33%	2	5,26%	1	0%	0	0%	0	4,17%	1	3,55%
Neutraal	12,50%	3	0%	0	19,05%	4	11,11%	2	0%	0	8,53%
Oneens	79,17%	19	94,74%	18	80,95%	17	88,89%	16	95,83%	23	87,92%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100,00%</b>

**7. De analyse van het SCP is vooral van toepassing op de steden en niet op landelijke gebieden.**

	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	
Eens	21,74%	5	10,53%	2	4,76%	1	5,56%	1	14,81%	4	11,48%
Neutraal	39,13%	9	52,63%	10	28,57%	6	38,89%	7	33,33%	9	38,51%
Oneens	39,13%	9	36,84%	7	66,67%	14	55,56%	10	51,85%	14	50,01%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**8. Generatieverschillen binnen het verenigings- of docentenkader remmen vernieuwing in het aanbod.**

Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)	Responsen (percentage)	(telling)
---------------------------	-----------	---------------------------	-----------	---------------------------	-----------	---------------------------	-----------	---------------------------	-----------

Eens	70,83%	17	36,84%	7	61,90%	13	61,11%	11	57,69%	15	57,67%
Neutraal	12,50%	3	31,58%	6	9,52%	2	11,11%	2	11,54%	3	15,25%
Oneens	16,67%	4	31,58%	6	28,57%	6	27,78%	5	30,77%	8	27,07%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>26</b>	<b>100,00%</b>

**9. Interactieve media moeten een centrale plek krijgen binnen instellingen en verenigingen.**

	Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		
Eens	62,50%	15	64,71%	11	78,95%	15	70,59%	12	92%	23	73,75%
Neutraal	33,33%	8	11,76%	2	10,53%	2	29,41%	5	4%	1	17,81%
Oneens	4,17%	1	23,53%	4	10,53%	2	0%	0	4%	1	8,45%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>

**10. Het is urgent om op de in het rapport beschreven toekomsttrends in te spelen.**

	Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		Responsen (percentage) (telling)		
Eens	83,33%	20	68,42%	13	65%	13	88,24%	15	59,26%	16	72,85%
Neutraal	12,50%	3	21,05%	4	15%	3	5,88%	1	33,33%	9	17,55%
Oneens	4,17%	1	10,53%	2	20%	4	5,88%	1	7,41%	2	9,60%
<b>Totalen</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>



## Colofon

*SCP-rapport Toekomstverkenning kunstbeoefening. Resultaten regiobijeenkomsten periode juli tot en met september 2010* is een uitgave van Cultuurnetwerk Nederland.

De regiobijeenkomsten zijn uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Onderwijs en Wetenschap.

### *Projectuitvoering en teksten*

Antoine Gerrits (projectleider), Piet Hagenaars, Jan Ensink, Vera Meewis, Désirée Rozestraten en Marjolein Vermeer

### *Uitgave*

November 2010

Cultuurnetwerk Nederland  
Ganzenmarkt 6  
Postbus 61  
3500 AB Utrecht  
Telefoon 030-236 12 00  
Fax 030-236 12 90  
E-mail [info@cultuurnetwerk.nl](mailto:info@cultuurnetwerk.nl)  
Internet [www.cultuurnetwerk.nl](http://www.cultuurnetwerk.nl)