Juli 2016, tweede herziene editie

De Staat van Cultuur 2
Cultuurindex Nederland
2005-2013

cultuurindex.nl

De Staat van Cultuur 2
Cultuurindex Nederland
2005-2013

Dimitri Lahaut
Kimberly van Aart

Redactie: Ineke van Hamersveld, André Nuchelmans

Amsterdam: Boekmanstichting, 2016, tweede herziene editie

Omslag: Studio Drift, *Shylight*, 2014. (verworven door Rijksmuseum, Amsterdam) © Studio Drift

Voorwoord

Victor Halberstadt

Deze tweede editie van *De Staat van Cultuur* verschijnt als een online publicatie, en beschrijft aan de hand van 83 kerncijfers de ontwikkelingen die zich binnen de cultuursector in de periode 2005-2013 hebben voorgedaan. In een duo-uitgave met nummer 105 van tijdschrift *Boekman* met als thema *Culturele koersen* brengt de Boekmanstichting alle beschikbare en wetenschappelijk verantwoorde informatie bijeen en laat zij die door vele deskundigen analyseren en interpreteren. Waar *De Staat van Cultuur* inzoomt op de ontwikkelingen binnen de podiumkunsten, beeldende kunsten, letteren, erfgoed, film en deze met cijfers en feiten ondersteunt, voorziet *Boekman* 105 in een diepgaande analyse hiervan; daarbij heeft het tijdschrift vooral aandacht voor sectoroverstijgende trends zoals de opmars van zzp'ers in de kunsten, digitalisering, festivalisering, het draagvlak voor cultuur en nieuwe vormen van talentontwikkeling.

In deze online publicatie wordt inzichtelijk gemaakt hoe het is gesteld met het cultuuraanbod in Nederland sinds de versoberde cultuursubsidies na 2012. De verwerkte cijfers lopen tot en met 2013, een economisch gezien matig jaar. Dat jaar ging voor de cultuursector ook de nieuwe basisinfrastructuur periode 2013-2016 in. De impact van deze economische ontwikkelingen is zichtbaar binnen drie van de vier pijlers, namelijk bij Capaciteit, Participatie en Geldstromen. Alleen de pijler Concurrentie laat een opwaartse ontwikkeling zien, mede dankzij de Nederlandse film en export van Nederlandse muziek. De volle reikwijdte van de bezuinigingen zal zich echter pas in de komende jaren uitkristalliseren, als bekend wordt hoe de ophanden zijnde gemeentelijke en provinciale bezuinigingen op cultuur uitwerken.

In de afgelopen periode hebben de werkzaamheden aan de Cultuurindex Nederland binnen ons kenniscentrum een vanzelfsprekende plaats ingenomen, die inmiddels verder reikt dan het instrument alleen. Zo worden de verzamelde rapporten die gebruikt worden voor de cultuurindex, ook integraal opgenomen in de collectie van de bibliotheek en is er een hechte samenwerking met de redactie van tijdschrift *Boekman*. Het is immers van groot belang dat de culturele cijferbestanden in context geduid en geanalyseerd worden. Deze duo-uitgave met *Boekman* 105 en eerder dit jaar 103 (met daarin speciaal aandacht voor de pijler Geldstromen uit de cultuurindex) zijn hier mooie voorbeelden van. En heel belangrijk: de Cultuurindex Nederland zou niet kunnen bestaan zonder de productieve samenwerking met de vele dataleveranciers en adviseurs, in het bijzonder het Sociaal en Cultureel Planbureau en het Centraal Bureau voor de Statistiek. Wij zijn hen wederom erkentelijk voor hun bijdragen.

Victor Halberstadt
Voorzitter van de Raad van Toezicht van de Boekmanstichting

Inhoud

Voorwoord 2
Victor Halberstadt

Samenvatting 4
Inleiding 8
Cultuurindex Nederland 2005-2013 11
De pijlers 16
Capaciteit, Participatie, Geldstromen en Concurrentie
Podiumkunsten 24
Beeldende kunsten 30
Letteren 34
Erfgoed 39
Film 45
Trends in cultuur in internationaal perspectief 51
Verantwoording 57
Dankwoord 59
Figuren en infographics 60
Colofon 61

Samenvatting

Een selectie van de meest saillante ontwikkelingen in de culturele sector in 2005-2013 presenteren wij hier bij elkaar. In één oogopslag ziet u bovendien of deze trends ook recent, dat wil zeggen in 2011-2013, consolideren.

→

Podiumkunsten

Trends 2005-2013	Mutatie indexcijfer 2011-2013
+ Het aandeel van de exportwaarde van muziek in de totale export verdrievoudigde sinds 2005, vooral dankzij dancemuziek.	+105
– Het totale aanbod aan podiumkunstvoorstellingen daalde sterk in 2011-2013, na jaren van groei. – Het aantal bezoeken daalde mee, maar minder hard.	–16 en –8
– Er worden veel minder fysieke en digitale muziekalbums verkocht dan in 2005. – Hierdoor is de omzet van de muziekindustrie met meer dan de helft afgenomen.	–27 en –9
– Minder mensen besteden tijd aan amateurpodiumkunstbeoefening dan in 2005.	Gemiddeld –5,3

▶ In de podiumkunsten zien we enerzijds dalende trends in het aantal voorstellingen en bezoek aan die voorstellingen. Ook aan de amateurkunstbeoefening wordt veel minder tijd besteed. Anderzijds getuigt de muziekmarkt van de populariteit van een *all-you-can-eat*-model, waarbij het publiek voor een vaste prijs naar believen muziek kan ontdekken en beleven. Mogelijk volgt de aankoop van een album – of van een ticket naar een concert of festival – dan alsnog.

Beeldende kunsten

Trends 2005-2013	Mutatie indexcijfer 2011-2013
+ Nederlandse topkunstenaars hebben gemiddeld een iets hogere positie in de top 1000 meest geëxposeerde kunstenaars dan in 2005.	–2
– In 2013 zijn er veel minder (NGA) galeries dan in 2005.	–12
– Het aantal contracten en het totale aankoopbedrag van de Kunstkoopregeling zijn beide sterk afgenomen in de periode 2005-2013.	–14 en –21
– Nederlandse galeries nemen in 2013 minder vaak deel aan topbeurzen in het buitenland dan in 2005.	–2

▶ Het aantal galeries, het aantal kunstverkopen en de omzet uit kunstverkoop nemen af. Maar hoewel Nederlandse galeries minder vaak aan topbeurzen deelnemen, schept een kleine toename van internationale zichtbaarheid van Nederlandse topkunstenaars wél vertrouwen in de kwaliteit van beeldende kunsten in Nederland.

→

Letteren

Trends 2005-2013	Mutatie indexcijfer 2011-2013
+ In 2013 hebben consumenten meer titelkeuze dan in 2005.	+0
– De afzet en omzet uit de boekverkoop dalen.	–12 en –15
– Er zijn minder bibliotheekorganisaties. De organisaties beheren gezamenlijk ook een kleinere collectie, lenen minder vaak materiaal uit, en verwerven in totaal minder eigen inkomsten.	Gemiddelde daling –7,5
– De opbrengsten uit auteursrechten dalen.	–10

▶ Het bereiken van lezers is voor zowel boekhandel als bibliotheek minder eenvoudig dan in 2005; door digitalisering brengt de consument steeds meer tijd op het internet door. Boekwinkels houden onder deze omstandigheden wel vaker dan andere mediawinkels stand. Bibliotheken oriënteren zich intussen op een nieuwe rol.

Erfgoed

Trends 2005-2013	Mutatie indexcijfer 2011-2013
+ In 2013 zijn er iets meer musea en presentatie-instellingen dan in 2005.	+1
+ Musea ontvangen een recordaantal bezoekers en werven (samen met BIS-presentatie-instellingen) meer eigen inkomsten in 2013.	+17 en +40
+ Vrijwilligers worden vaker ingezet dan in 2005, wat een toenemend draagvlak suggereert.	+8
+ Er zijn in 2013 meer rijksmonumenten en meer beschermde stads- en dorpsgezichten dan in 2005.	+1 en +5

▶ Een oriëntatie op publiek en markt kenmerkt de erfgoedsector. Grote musea werven steeds meer bezoekers en eigen inkomsten. Middelgrote tot kleine instellingen zijn daarin minder succesvol. In de monumentenzorg worden gebouwen en gebouwcomplexen vaker als monument bestempeld en worden er meer beschermde stads- en dorpsgezichten aangewezen, maar tegelijkertijd wordt monumentenzorg vaker naar de markt overgeheveld.

→

Film

Trends 2005-2013	Mutatie indexcijfer 2011-2013
+ Door capaciteitsuitbreiding en de populariteit van 3D-films is het bioscoopbezoek sinds 2005 met de helft toegenomen, naar meer dan 30 miljoen bioscoopbezoeken per jaar.	+4
+ Nederlandse films hebben een groter aandeel in de totale bruto recette van bioscopen dan in 2005. In 2011 was dit aandeel van recordomvang.	–21
+ Het aantal filmtheaters is sinds 2005 toegenomen. Dit verklaart voor een belangrijk deel ook de sterke toename in bezoek aan deze theaters in de periode 2005-2013.	+0
– Films op dvd worden steeds minder verkocht, terwijl video-on-demand-diensten sterk in opkomst zijn. Per saldo wordt er minder geld verdiend in de homevideomarkt.	–37

▶ Na 2011 is het bioscoopbezoek, ondanks verdere capaciteitsuitbreiding van de bioscoopbranche, gestabiliseerd. De bezettingsgraad (aantal malen dat een stoel per jaar 'verkocht' wordt) daalde daardoor. Enkele bioscopen die recent zijn geopend, realiseerden groei in bezoek, de meeste andere bioscopen ervaren een daling van bezoekersaantallen. Nederlandse films worden steeds belangrijker voor de bioscoopbranche. De video-on-demand-markt groeide verder, ten koste van de dvd-markt.

Inleiding

In december 2013 werd de eerste editie van de Cultuurindex Nederland gelanceerd. Twee jaar later is het tijd voor de update, met actualisering van de cijfers tot en met 2013.

'De Cultuurindex Nederland is er om met heldere feiten en cijfers de trends en ontwikkelingen over langere tijd te schetsen', zo omschreef minister Bussemaker de Cultuurindex Nederland tijdens de lancering van de eerste editie op 9 december 2013. Met deze index leveren de initiatiefnemers Boekmanstichting en Sociaal en Cultureel Planbureau cijfermatige input voor het beleid voor en door de cultuursector. Dergelijke betrouwbare, vergelijkbare cijfers en trends zijn steeds vaker onmisbaar in cultuurbeleid en -management. Met de online database (www.cultuurindex.nl) en de digitale publicatie van de tweede editie stellen we de cijfers over 2005-2013 beschikbaar voor iedereen die iets wil weten over de ontwikkelingen in de culturele sector. Het gaat hierbij om geïnteresseerden en belanghebbenden zoals beleidsmakers en politici, professionals van culturele instellingen, kunstenaars/artiesten, wetenschappers, studenten, journalisten en kunstminnaars. De digitale publicatie vormt een duo met *Boekman* 105 *Culturele koersen*. De artikelen in *Boekman* 105 gaan dieper in op de trends die naar voren komen uit de cijfers in de cultuurindex.

Wat is de Cultuurindex Nederland?

De Cultuurindex is een verzameling van openbare, meerjarige en wetenschappelijk verantwoorde cultuurstatistieken. Deze statistieken geven bijvoorbeeld antwoord op vragen over de aanbodzijde van cultuur: hoeveel films verschijnen er jaarlijks in de bioscoop? Hoeveel bibliotheken heeft Nederland? De cultuurindex bevat daarnaast statistieken die betrekking hebben op de vraagzijde van →

CAPACITEIT	PARTICIPATIE	GELDSTROMEN	CONCURRENTIE
Infrastructuur (9) Ondernemingen (14) Arbeidsmarkt (5)	Bezoek (8) Beoefening (6) Consumptie cultuur (4) Draagvlak (3)	Eigen inkomsten (13) Subsidies/overheidsbijdragen (3) Omzet creatieve industrie (1)	Nationaal (10) Internationaal (7)
Totaal: 28 indicatoren	Totaal: 21 indicatoren	Totaal: 17 indicatoren	Totaal: 17 indicatoren

Figuur 1. Opbouw Cultuurindex Nederland in pijlers en kernindicatoren

cultuur: hoeveel Nederlanders gaan er tegenwoordig naar de bioscoop of het museum? Hoeveel Nederlanders zijn lid van de openbare bibliotheek? Ten slotte toont de cultuurindex cijfers over de bedragen die omgaan in de cultuursector – overheidssubsidies, financiering door private partijen zoals bedrijven en private fondsen en omzetgegevens – en over de concurrentiekracht van de Nederlandse cultuursector ten opzichte van andere sectoren en andere landen. De Cultuurindex Nederland bestaat inmiddels uit 83 van dit soort statistieken (of indicatoren) die aanbod, vraag, geldstromen en concurrentiekracht in kaart brengen. Belangrijke dataleveranciers zijn het Centraal Bureau voor de Statistiek, het Sociaal en Cultureel Planbureau, de brancheverenigingen, verschillende kennisinstellingen zoals TNO, GfK en CentERdata en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.[1]

Ontwikkelingen en trends

De Cultuurindex Nederland is geen momentopname maar een monitor. De statistieken gaan terug in de tijd, en lopen van 2005 tot en met 2013. Het voordeel hiervan is dat in één oogopslag duidelijk wordt wat de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn binnen de cultuursector. De cultuurindex verzamelt niet alleen statistieken maar indexeert ze ook, zodat ze eenvoudig met elkaar vergeleken kunnen worden, en de achterliggende trends of ontwikkelingen in een context kunnen worden geplaatst. Uit de cultuurindex blijkt bijvoorbeeld dat de afname van het aantal podiumkunstvoorstellingen en van het aantal bezoekers aan deze voorstellingen niet gelijk opgaan. Het eerste daalt harder dan het tweede. Hoewel de statistieken daarbij niet direct oorzaken en gevolgen duiden, hebben zij – en daarmee ook de Cultuurindex Nederland – wel een belangrijke signaalfunctie.

Dankzij indexering is het bovendien mogelijk om gemiddeldes uit te rekenen binnen kernthema's (de kernindicatoren). In de cultuurindex worden bijvoorbeeld bezoekcijfers – denk aan museum- of bioscoopbezoek – gegroepeerd in een zogenaamde kernindicator. Vervolgens schetst het gemiddelde van bijbehorende indicatoren overkoepelende ontwikkelingen in cultuurbezoek. Ook ontwikkelingen in bijvoorbeeld infrastructuur, beoefening en negen andere kernthema's worden op deze manier inzichtelijk gemaakt. De volledige opbouw van de index is weergegeven in figuur 1.

De ontwikkelingen zijn bijeengebracht in vier pijlers: Capaciteit, Participatie, Geldstromen en Concurrentie. Deze pijlers bundelen kernindicatoren, en tonen het gemiddelde indexcijfer. De pijler Participatie omvat bijvoorbeeld cultuurbezoek en amateurkunstbeoefening. →

Voor de berekening van de totaalindex telt iedere pijler even zwaar mee; binnen de pijlers wegen alle kernindicatoren even zwaar mee. De kernindicatoren geven op hun beurt evenveel gewicht aan de bijhorende cijferreeksen (zie ook de Verantwoording in deze publicatie voor een methodologische beschrijving van de index).

Voor wie?

De kracht van de Cultuurindex Nederland ligt vooral in het kunnen bestuderen van de onderlinge samenhang van de pijlers en de (kern-) indicatoren. Daarnaast kan informatie uit de index ook vanuit het perspectief van cultuursectoren worden gerangschikt. Achtereenvolgens komen feiten, cijfers en achterliggende ontwikkelingen in Podiumkunsten, Beeldende kunsten, Letteren, Erfgoed en Film aan bod.

Rondom de cultuurindex is een platform ontstaan met cultuurstatistici en dataleveranciers die twee keer per jaar bij elkaar komen om over de verzameling en duiding van cultuurcijfers te discussiëren. Dat overleg is een belangrijke secundaire opbrengst van de cultuurindex.

Wij hopen dat met de Cultuurindex Nederland culturele instellingen en brancheverenigingen beter in staat zijn hun positie in het brede cultuur-maatschappelijke veld te doorgronden, en op basis daarvan te versterken. •

Noot

1 Een complete lijst met dataleveranciers voor de tweede editie van de Cultuurindex Nederland is opgenomen op pagina 59

Cultuurindex Nederland 2005-2013

Cultuurindex Nederland 2005-2013

Capaciteit

Infrastructuur		2005	2007	2009	2011	2013
1.1	Aantal voorstellingen vrije sector	100	106	116	120	114
1.2	Aantal voorstellingen (podiumkunsten)	100	107	109	110	94
1.3	Aantal zalen (podiumkunsten)	100	106	104	107	104
1.4	Collectie openbare bibliotheken	100	96	91	87	77
1.5	Aantal tentoonstellingen musea[1]	100	119	105	97	94
1.6	Aantal nieuwe Nederlandstalige boektitels (algemene boek, waarvan minimaal 1 exemplaar is verkocht)[1,2]		100	111	112	112
1.7	Aantal nieuwe films	100	90	103	106	109
1.8	Aantal bioscoopdoeken	100	99	103	113	117
1.9	Aantal bioscoopstoelen	100	97	105	110	113
Totaal		**100**	**102**	**105**	**107**	**104**

Ondernemingen/instellingen		2005	2007	2009	2011	2013
1.10	Aantal leden VSCD (theaters en schouwburgen)	100	109	103	103	100
1.11	Aantal leden VNPF (poppodia)	100	82	74	73	67
1.12	Aantal leden NGA (galeries)	100	85	83	75	63
1.13	Aantal openbare bibliotheken (organisaties)	100	59	50	48	47
1.14	Aantal musea en BIS presentatie-instellingen	100	100	105	102	103
1.15	Aantal rijksmonumenten[1]	100	102	102	103	104
1.16	Aantal beschermde stads-/dorpsgezichten (aangewezen)	100	110	116	122	127
1.17	Aantal verkooppunten geregistreerde boekhandels[1]	100	101	104	104	100
1.18	Aantal muziekwinkels	100	99	96	93	90
1.19	Aantal winkels media: beeld en geluid (cd's, dvd's en/of vinyl)	100	84	71	54	35
1.20	Aantal filmtheaters	100	100	107	113	113
1.21	Aantal bioscopen	100	92	94	98	100
1.22	Aantal centra voor de kunsten	100	103	77	73	65
1.23	Aantal bedrijven in de creatieve industrie	100	115	145	178	194
Totaal		**100**	**96**	**95**	**96**	**94**

Arbeidsmarkt		2005	2007	2009	2011	2013
1.24	Aantal afgestudeerden hbo-Kunstonderwijs	100	100	110	118	114
1.25	Aandeel afgestudeerden hbo-kunstonderwijs werkzaam in eigen vakgebied na 1,5 jaar[3]	100	100	98	99	98
1.26	Werkgelegenheid in Cultuur en Kunst[4]	100	108	119	134	135
1.27	Werkgelegenheid in Media en Entertainment[4]	100	106	111	108	105
1.28	Werkgelegenheid in Creatief Zakelijke Dienstverlening[4]	100	111	120	125	125
Totaal		**100**	**105**	**112**	**117**	**116**

Participatie

Bezoek		2005	2007	2009	2011	2013
2.1	Aantal bezoeken voorstelllingen vrije sector	100	102	90	80	71
2.2	Aantal bezoeken voorstellingen (podiumkunsten)	100	105	106	104	96
2.3	Gemiddeld bereik canonieke podiumkunsten (klassieke muziek, opera, toneel, ballet)[5]	100	98	100	99	91
2.4	Gemiddeld bereik populaire podiumkunsten (popconcert, musical, film, cabaret)[5]	100	103	106	105	104
2.5	Gebruik openbare bibliotheken (uitleningen + digitale content)	100	98	85	97	86
2.6	Aantal leden openbare bibliotheken	100	99	100	99	96
2.7	Aantal bezoeken musea[1]	100	105	112	118	135
2.8	Aantal bezoeken bioscoop	100	112	132	149	150
Totaal		**100**	**103**	**104**	**106**	**104**

Beoefening		2005	2007	2009	2011	2013
2.9	Aantal leerlingen en cursisten centra voor de kunsten	100	106	95	91	61
2.10	Lid muziek-, zang,- of toneelvereniging	100	117	118	112	109
2.11	Heeft tijd besteed aan bespelen muziekinstrument		100	95	83	80
2.12	Heeft tijd besteed aan zingen, zangkoor, zanggroepje		100	93	86	83
2.13	Heeft tijd besteed aan toneel, musical, ballet		100	88	68	58
2.14	Heeft tijd besteed aan handenarbeid, schilderen, tekenen, boetseren, pottenbakken, et cetera		100	84	74	76
Totaal		**100**	**104**	**95**	**86**	**78**

Consumptie		2005	2007	2009	2011	2013
2.15	Albumverkopen muziekmarkt (fysiek en digitaal)	100	92	87	73	46
2.16	Aantal contracten kunstkoopregeling	100	93	71	55	41
2.17	Aantal verkochte boeken (algemene boek, vanaf 2010 incl. e-books)[6]	100	102	104	98	86
2.18	Aantal verkochte beelddragers	100	117	107	93	56
Totaal		**100**	**101**	**92**	**80**	**57**

Draagvlak[7]		2005	2007	2009	2011	2013
2.19	Vrijwilligers in musea (fte)	100	113	133	174	182
2.20	Vrijwilligers bij podiumkunsten (aantallen)	100	112	125	169	159
2.21	Private giften[8]	100	91	100	88	157
Totaal		**100**	**105**	**119**	**144**	**166**

→

Geldstromen[9]

Inkomsten (exclusief subsidies)		2005	2007	2009	2011	2013
3.1	Eigen inkomsten VSCD-theaters	100	119	116	108	106
3.2	Eigen inkomsten VNPF-poppodia	100	94	108	107	97
3.3	Totaal aankoopbedrag kunstkoopregeling	100	100	75	62	41
3.4	Eigen inkomsten openbare bibliotheken (excl. subsidies)	100	94	101	98	90
3.5	Eigen inkomsten musea en BIS-presentatie instellingen (excl. subsidies)	100	115	129	147	187
3.6	Omzet verkoop boeken (vanaf 2010 incl. e-books)[10]	100	103	101	91	76
3.7	Omzet muziekmarkt (fysiek en digitaal)	100	83	71	57	48
3.8	Exportwaarde Nederlands muziek en kunstvoorwerpen	100	202	235	266	217
3.9	Bruto recette bioscopen	100	115	139	161	159
3.10	Auteursrechten: muziek (Buma, Stemra, Sena)	100	108	126	107	106
3.11	Auteursrechten: beeld (Pictoright)	100	137	154	146	179
3.12	Auteursrechten: tekst (Lira)	100	121	103	75	65
3.13	Giften aan cultuur door fondsen, bedrijven en kansspelen	100	118	134	81	65
Totaal		**100**	**108**	**112**	**101**	**93**

Subsidies/overheidsbijdragen		2005	2007	2009	2011	2013
3.14	Directe belastinguitgaven cultuur[1]	100	124	121	99	95
3.15	Indirecte belastinguitgaven cultuur[1]	100	112	113	109	109
3.16	Overheidssubsidies kunst en cultuur[11]	100	106	114	110	104
Totaal		**100**	**108**	**114**	**110**	**104**

Creatieve industrie		2005	2007	2009	2011	2013
3.17	Omzet creatieve industrie[1]	100	102	93	92	85
Totaal		**100**	**102**	**93**	**92**	**85**

→

Concurrentie

Concurrentie Nationaal		2005	2007	2009	2011	2013
4.1	Aandeel afgestudeerden hbo-Kunstonderwijs op alle hbo-afgestudeerden	100	97	102	109	106
4.2	Aandeel export muziek in totale export	100	108	182	212	317
4.3	Aandeel export kunstvoorwerpen in totale export	100	171	60	76	76
4.4	Aandeel creatieve industrie (Kunsten en cultureel erfgoed) in totale werkgelegenheid[4]	100	102	111	124	128
4.5	Aandeel creatieve industrie (Media en entertainment) in totale werkgelegenheid[4]	100	100	103	99	99
4.6	Aandeel creatieve industrie (Creatieve zakelijke dienstverlening) in totale werkgelegenheid[4]	100	106	112	116	118
4.7	Aandeel vrijwilligerswerk cultuur in alle vrijwilligerswerk[1]	100	121	174	188	170
4.8	Aandeel giften cultuur in alle giften	100	114	129	91	87
4.9	Aandeel (in)directe belastinguitgaven aan cultuur in totale belasting-uitgaven	100	118	96	84	86
4.10	Aandeel overheidsuitgaven kunst- en cultuurbeheer in totale uitgaven[11]	100	96	94	94	91
Totaal		**100**	**113**	**116**	**119**	**128**

Concurrentie Internationaal		2005	2007	2009	2011	2013
4.11	Gemiddelde ranking Nederlanders onder 1000 meest geëxposeerde kunstenaars wereldwijd	100	108	105	107	105
4.12	Aandeel Nederlandse galeries op topbeurzen buitenland	100	103	99	85	83
4.13	Aandeel nieuwe Nederlandse boektitels op totaal aantal nieuwe boektitels (waarvan minimaal 1 exemplaar verkocht)		100	101	73	75
4.14	Aandeel Nederlandse albums en singles op totaal albums en singles	100	124	115	113	128
4.15	Aandeel auteursrechten Nederlandse Buma/Stemra deelnemers	100	105	102	104	100
4.16	Aandeel nieuwe Nederlandse films op totaal aantal nieuwe fims	100	60	92	116	134
4.17	Aandeel van Nederlandse films in recette	100	109	124	177	156
Totaal		**100**	**101**	**106**	**111**	**112**

Noten

1 Gegevens worden in de Cultuurindex Nederland gebruikt wanneer deze relevant, tweejaarlijks beschikbaar, betrouwbaar, vergelijkbaar en openbaar zijn. Omdat (onder andere) door veranderingen in dataverzameling door zowel de Cultuurindex Nederland als haar partners gegevens niet altijd meer aan deze vereisten voldoen, zijn indicatoren 1.5, 1.6, 1.15, 1.17, 2.7, 3.14, 3.15, 3.17 met terugwerkende kracht aangepast. Hier toevoegen: De tweede editie van deze publicatie omvat tevens herziene cijfers voor indicatoren 1.5 en 4.7

2 Het aantal nieuwe boektitels is berekend aan de hand van het aantal nieuwe ISBN-nummers, en is zodoende inclusief herdrukken van eerder gepubliceerde titels.

3 Het aandeel afgestudeerden dat in ieder geval gedeeltelijk werkzaam is binnen het eigen vakgebied, 1,5 jaar na het afstuderen van HBO-kunstonderwijs, is gebaseerd op een steekproef.

4 Gegevens over de creatieve industrie zijn, waar mogelijk, opgesplitst per sector.

5 Het gemiddelde bereik van canonieke en populaire podiumkunsten is niet beschikbaar voor de oneven jaren. De cijfers zijn een schatting, op basis van cijfers in het jaar vóór en na het betreffende jaar.

6 Gegevens over het aantal verkochte boeken (sinds 2010 inclusief e-books) zijn voor 2005 niet in vergelijkbare en betrouwbare vorm beschikbaar. Gegevens over 2006 zijn genoteerd bij basisjaar 2005.

7 De kernindicator draagvlak is in 2015 toegevoegd aan de pijler participatie.

8 Private giften worden geschat op basis van een steekproef. Voor 2013 is deze schatting sterk beïnvloed door een uitschieter in de cijfers. Bij de interpretatie van het bedrag in trendanalyses is voorzichtigheid geboden.

9 Voor de pijler geldstromen zijn alle opgenomen bedragen gecorrigeerd voor inflatie.

10 Gegevens over de omzet uit de verkoop van boeken (sinds 2010 inclusief e-books) zijn voor 2005 niet in vergelijkbare en betrouwbare vorm beschikbaar. Gegevens over 2006 zijn genoteerd bij basisjaar 2005.

11 Gegevens over de overheidsuitgaven aan kunst en cultuur waren voor 2013 ten tijde van deze publicatie nog niet beschikbaar. Gegevens over 2012 zijn genoteerd bij 2013.

De pijlers
Capaciteit, Participatie, Geldstromen en Concurrentie

→

De pijlers

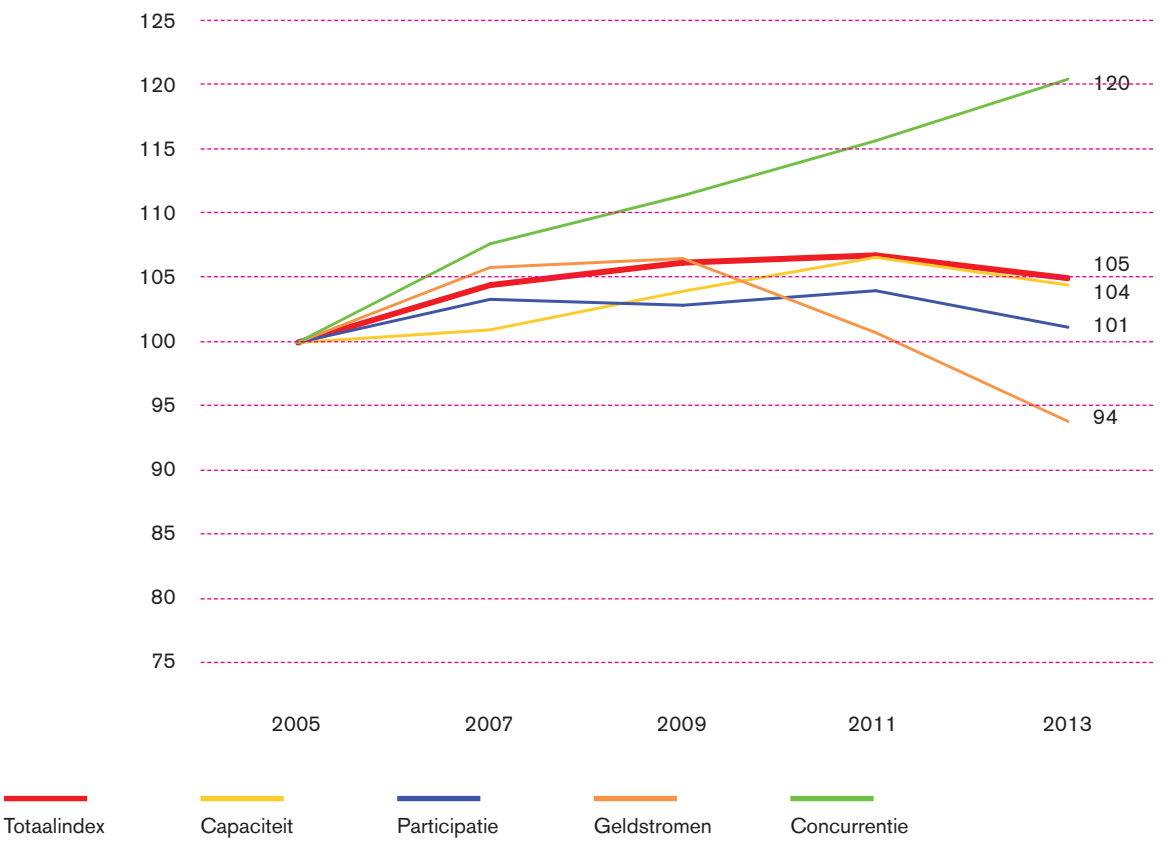
Capaciteit en participatie nemen iets af ten opzichte van 2011, geldstromen krimpen nog meer – zelfs tot onder het niveau van 2005 – maar in concurrentie zit groei. De ins en outs van dit wisselende beeld.

De Cultuurindex Nederland is in 2013 ten opzichte van 2011 met twee punten gedaald van 107 naar 105, waarmee het indexcijfer nog boven het niveau van 2005 blijft. Desondanks tonen de pijlers en de daarin gebundelde kernindicatoren uiteenlopende ontwikkelingen in de periode 2005-2013, waarbij de veranderingen ten opzichte van 2011 het meest omvangrijk zijn. Een rondje langs de pijlers geeft een eerste indruk van de vitaliteit van de culturele sector in Nederland, en de trends die daarbij op te merken zijn.

Capaciteit

De pijler Capaciteit is opgebouwd uit cijfers over de omvang van de infrastructuur – zoals het aantal beschikbare films en boeken –, over het aantal ondernemingen/instellingen en over de omvang van de arbeidsmarkt. Het indexcijfer is licht gedaald sinds 2011. Hoewel de infrastructuur voor kunst en cultuur nog boven het niveau van 2005 is, hebben recente ontwikkelingen in cultuurbeleid – zoals overheidsbezuinigingen – en verminderde consumentenuitgaven merkbaar invloed op deze kernindicator. Op dit punt is alleen de filmsector gegroeid ten opzichte van 2011; in podiumkunsten, beeldende kunsten, letteren en erfgoed is de infrastructuur sindsdien gelijk gebleven of gekrompen.

Terwijl er minder ondernemingen actief zijn in de beeldende kunsten, podiumkunsten en de letteren – het aantal galeries, centra voor de kunsten en bibliotheken daalt – is voor erfgoed en film het aantal instellingen juist stabiel of gestegen ten opzichte van 2005; er zijn ongeveer evenveel musea en bioscopen en er zijn meer filmtheaters. Het aantal bedrijven in creatieve industrie is bijna twee keer zo groot als in →



Figuur 2. Ontwikkelingen in de vier pijlers van de Cultuurindex Nederland, 2005-2013

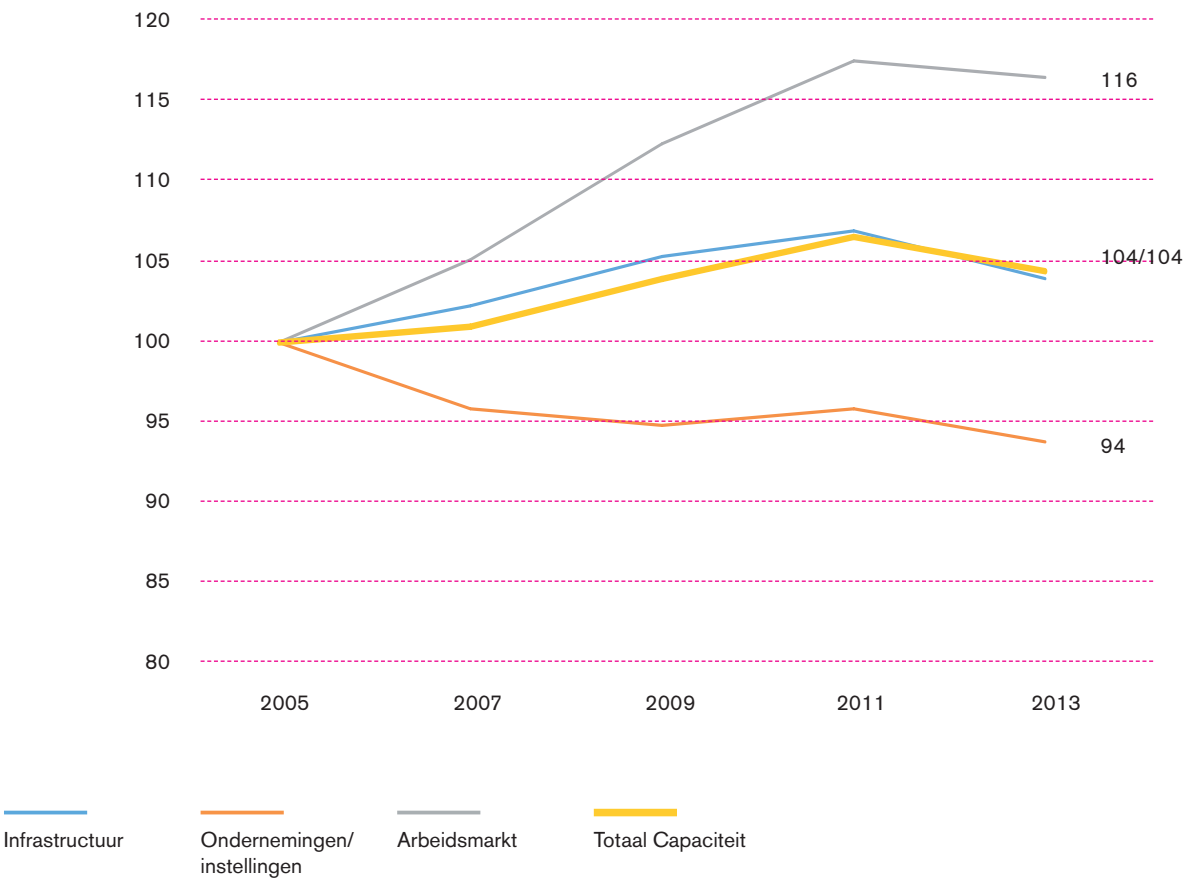
Bron: Cultuurindex Nederland.

2005 (indicator 1.23). Dit cijfer geeft een vertekend beeld doordat veel van deze bedrijven of vestigingen eenmanszaken zijn die bovendien meer zichtbaar zijn geworden door de in 2008 geïntroduceerde registratieplicht in het Handelsregister.

Op het gebied van werkgelegenheid zijn er 25 procent meer banen in de deelsector Creatieve Zakelijke Dienstverlening – bijvoorbeeld in vormgeving en ontwerp – ten opzichte van 2005 (indicator 1.28). In de deelsector Kunst en Cultureel erfgoed – denk bijvoorbeeld aan podiumkunsten en scheppende kunsten – is de toename in deze periode nog groter, namelijk 35 procent (indicator 1.26) en in Media en Entertainment – onder andere televisie, film en boekenindustrie – is de werkgelegenheid stabiel (indicator 1.27). Dat wil echter niet zeggen dat de arbeidsmarkt in de creatieve industrie zich in positieve zin heeft ontwikkeld; dit komt doordat de groei in aantal banen voor een belangrijk deel verklaard kan worden door de groei in het aantal zzp'ers, wat mogelijk wijst op een verschuiving van banen in loondienst naar opdrachten voor zzp'ers. De cijfers zijn gebaseerd op het totaal aantal fulltimers, parttimers en uitzendkrachten per vestiging. De werkzaamheden van een zzp'er worden beschouwd als activiteiten van één werkende voor eigen vestiging. De cijfers zeggen dus niets over de uren die men werkt, of het inkomen dat daarmee verdiend wordt.

Participatie

Gebaseerd op cijfers over cultuurbezoek, amateurkunstbeoefening, consumptie en draagvlak toont de cultuurindex ook wisselende trends in de pijler Participatie. Het gemiddelde is vergelijkbaar met 2005 en is ook ten opzichte →

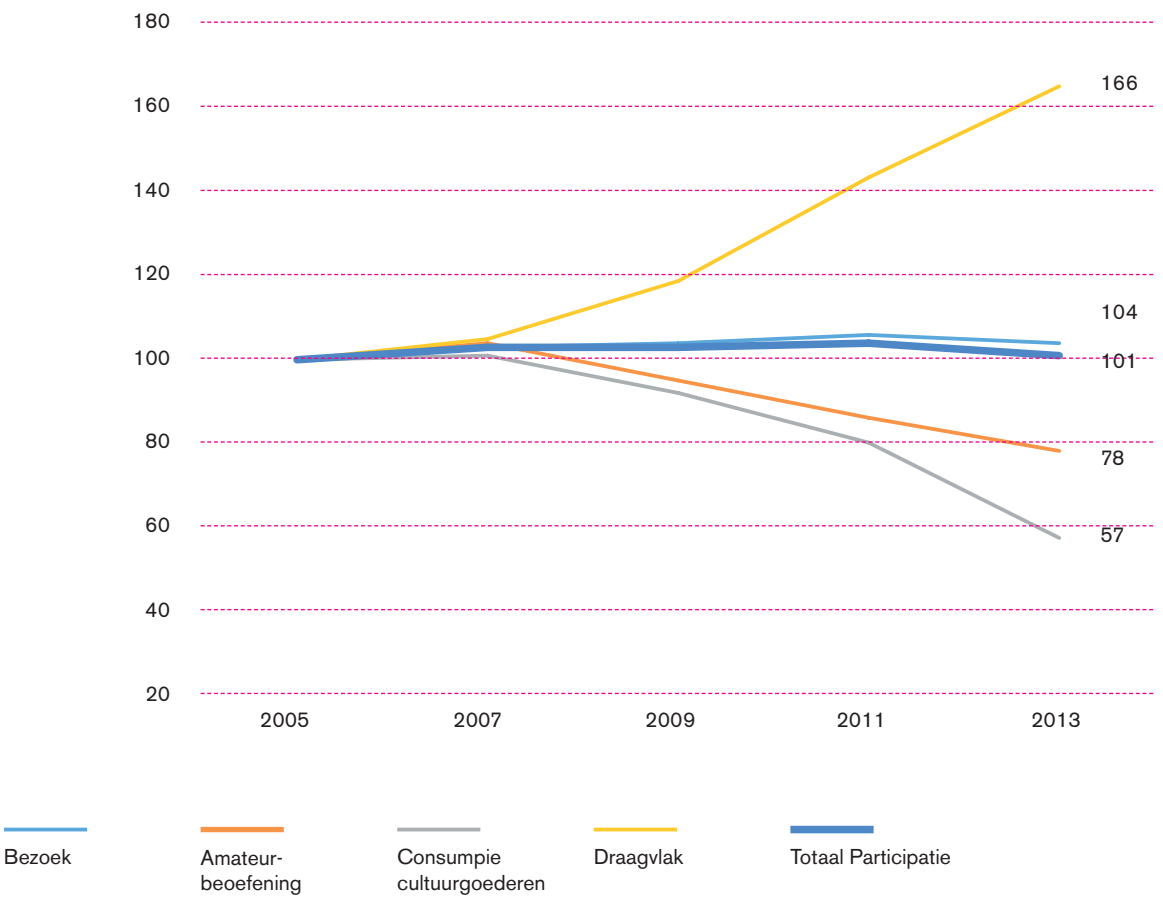


Figuur 3. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Capaciteit, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

van 2011 slechts licht gedaald, maar deze relatieve stabiliteit verhult uiteenlopende ontwikkelingen. Zo zijn er grote verschillen in bezoekcijfers: terwijl podiumkunsten minder publiek ontvangen, bereiken musea en bioscopen juist meer bezoekers (indicatoren 2.1, 2.2. 2.7 en 2.8). Een meer consistente, maar negatieve ontwikkeling in participatie maakt de consumptie van cultuurgoederen door: men koopt steeds minder muziekalbums, kunstwerken, boeken en beelddragers (indicatoren 2.15 t/m 2.18). De betreffende aanbieders zijn genoodzaakt actief aansluiting te zoeken op nieuwe, digitale markten. Ook amateurkunstbeoefening ontwikkelt zich in negatieve zin; centra voor de kunsten tellen in 2013 nog maar 61 procent van het aantal leerlingen dat zij in 2005 hadden (indicator 2.9). De krimp in het leerlingenbestand is enerzijds te verklaren door een afname van kunstencentra, anderzijds door een vermoedelijke, maar in de cultuurindex niet zichtbare relatieve stijging in andere vormen van talentontwikkeling, zoals via privélessen of door middel van nieuwe media (Zant et al. 2015).

Participatie blijkt ook uit het op basis van vrijwilligersinzet en giften van huishoudens gemeten draagvlak voor cultuur. Het publiek is steeds vaker onderdeel van het culturele veld, door dit veld financieel of als vrijwilliger te ondersteunen (indicatoren 2.19 en 2.20). Bezuinigingen en een meer projectmatige werkwijze maken vrijwilligersinzet noodzakelijk. Dankzij een positief imago is het voor culturele instellingen ook mogelijk om veel vrijwilligers aan te trekken (Lahaut 2015). Donaties van huishoudens zijn eveneens hard nodig, maar niet altijd haalbaar. Giften van huishoudens stegen in 2013 tot een recordbedrag, maar dit →



Figuur 4. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Participatie, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

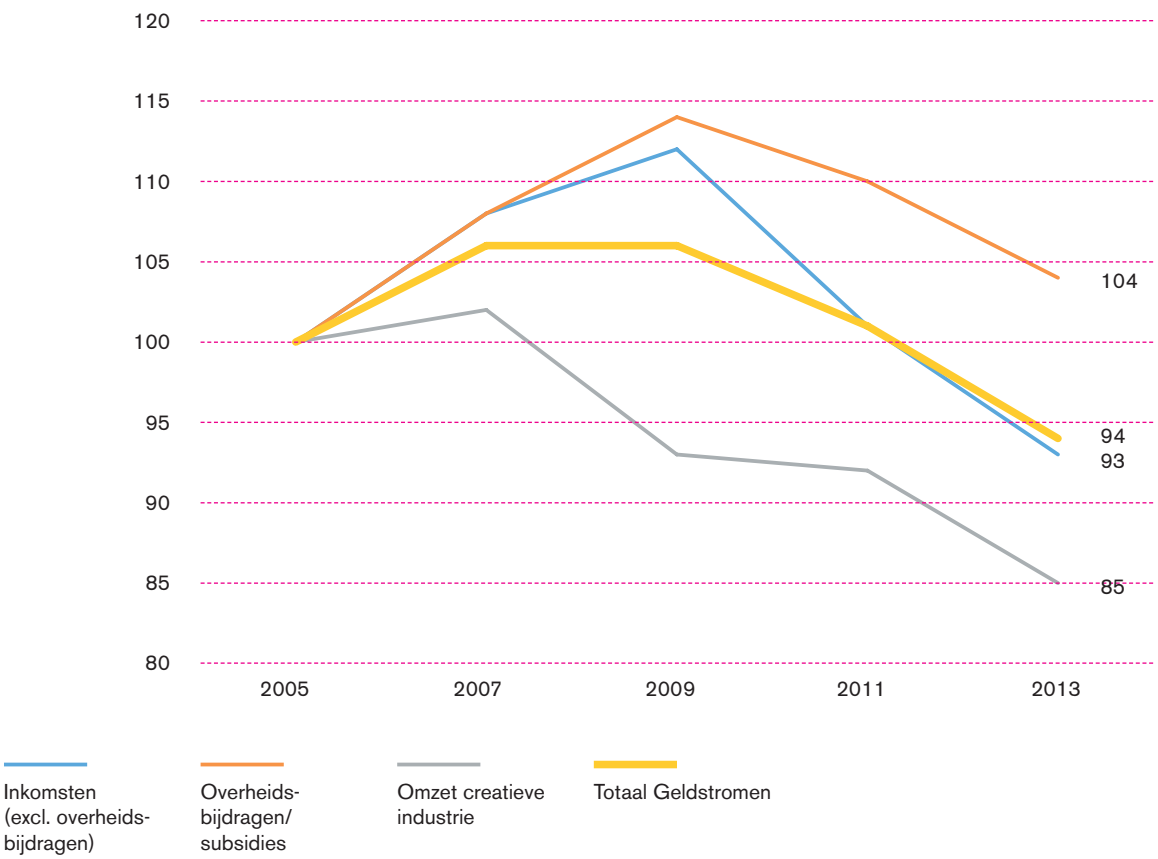
(geschatte) bedrag is beïnvloed door een enkele uitzonderlijk hoge gift, waardoor het niet per se een breed gedragen trend laat zien.[1]

Geldstromen

Gemeten in overheidsbijdragen, eigen inkomsten van culturele ondernemingen, en de omzet van de creatieve industrie zijn geldstromen na 2009 gekrompen, tot zelfs een lager totaalbedrag dan in 2005.[2] De cijfers tonen een voortschrijdende daling in overheidsbijdragen sinds 2009. Het Rijk, provincies en gemeenten verlenen steeds minder subsidies aan cultuur – in 2012 gaven zij 188 miljoen euro minder dan in 2011 (indicator 3.16) – en ook (indirecte) belastinguitgaven nemen af (indicator 3.14 en 3.15).

In 2013 hebben culturele instellingen door teruglopende overheidsbijdragen meer dan in de jaren daarvoor eigen inkomsten nodig. De cultuurindex toont echter een daling in het eigen inkomen van 7 procent in de periode 2005-2013. Musea en bioscopen verwierven in 2013 wel meer eigen inkomsten, maar organisaties in de podiumkunsten (leden van de VNPF), beeldende kunsten en letteren hebben, naast een kleiner publiek, ook lagere opbrengsten of een verminderde omzet (indicatoren 3.2 t/m 3.4, 3.6 en 3.7).

De verschillende cultuursectoren realiseerden in 2013 gezamenlijk 35 procent minder giften van fondsen, bedrijven en kansspelen dan in 2005. Ook hier is de economische recessie een verklaring voor een daling in financiële steun. Sponsors en particuliere fondsen zijn geen vervangende bron van inkomsten gebleken (Hamersveld 2015). De overheidscampagne omtrent de fiscale voordelen van donaties aan cultuur – via de Geefwet – heeft in dit opzicht nog weinig effect gehad. Dat kan in de →



Figuur 5. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Geldstromen, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

toekomst veranderen wanneer men meer op de hoogte is van deze wet (Bekkers et al. 2015).

De omzet van bedrijven in de creatieve industrie – bestaande uit Kunst en Cultureel erfgoed, Media en Entertainment en Creatieve Zakelijke Dienstverlening – onderging eveneens een negatieve ontwikkeling in 2005-2013; de totale omzet daalde met 15 procent (indicator 3.17). Voor (een zeer groot aantal) zelfstandigen en kleine bedrijven in deze sector is een omzetdaling niet eenvoudig op te vangen. Vooral zelfstandigen hebben beperkte financiële reserves en kunnen bovendien vaak niet de kosten (verder) spreiden via schaalvergroting. Samenwerkingen in diverse vormen bieden wel meer (financiële) stabiliteit voor deze groep ondernemers in tijden van fluctuerende inkomsten (Nieuwenhuis et al. 2015).

Concurrentie

De pijler Concurrentie toont een sinds 2005 verbeterde relatieve positie van cultuur in binnen- en buitenland. Opvallend is de explosieve stijging in de exportwaarde van muziek (indicator 4.2; zie ook Podiumkunsten). Daarnaast hebben hbo-kunstopleidingen in 2013 een iets groter aandeel in het totaal aantal hbo-afgestudeerden dan in 2005; dit aandeel is gestegen van 6,0 naar 6,4 procent (indicator 4.1), doordat het totale aantal hbo-afgestudeerden minder hard is toegenomen dan het aantal afgestudeerden van hbo-kunstonderwijs.
Ten derde heeft de creatieve industrie in 2013 een groter aandeel in het totaal aantal banen, namelijk 2,9 procent ten opzichte van 2,6 procent in 2005, hoewel dit dus niet hoeft te betekenen dat de arbeidsmarkt in de creatieve industrie zich in positieve zin heeft →

Figuur 6. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Concurrentie, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

ontwikkeld (indicator 4.4 t/m 4.6). Ten vierde laat het eerder gesignaleerde grotere draagvlak voor cultuur zijn sporen na; er zijn relatief meer vrijwilligers in de cultuursector werkzaam dan voorheen; 8 procent van alle vrijwilligers in Nederland doet vrijwilligerswerk in de cultuursector, waar dit nog 4,7 procent was in 2005. (indicator 4.7).[3] Maar ook een sombere trend in geldstromen wordt weerspiegeld in de concurrentiekracht van cultuur: giften en overheidsbijdragen krimpen in de culturele sector meer dan elders. Ten opzichte van 2005 wordt in 2013 een groter deel van het totaal aan giften en overheidsbijdragen in andere sectoren besteed (indicatoren 4.8 t/m 4.10).

In internationaal opzicht hebben cultuursectoren in wisselende mate succes. Nederlandstalige boeken ondervinden meer concurrentie van anderstalige literatuur, en Nederlandse galeries zijn minder zichtbaar op (een select aantal) topbeurzen in het buitenland. Niettemin worden muziekalbums en –singles van Nederlandse artiesten en Nederlandse films relatief vaker uitgebracht, en hebben Nederlandse films ook een groter aandeel in de totale bioscoprecette (indicatoren 4.12 t/m 4.14 en 4.16). De grote verschillen in internationale concurrentie zijn deels te herleiden tot kenmerken van de betreffende branches; zo is de Nederlandse galeriesector door haar opzet kwetsbaar voor conjunctuurgolven, terwijl Nederlandse films profiteren van professionalisering van productie en marketing.

Literatuur

Bekkers, R. en S. Franssen (2015) 'De Geefwet en donaties aan cultuur in Nederland'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 103, 16-19.
Hamersveld, I. van (2015) 'Kaalslag, maar ook cultuuromslag'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 103, 1.
Lahaut, D. (2015) 'Burgers meer betrokken bij cultuur'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 32-35.
Ministerie van OCW (2015) 'Cultuur in Beeld: 2015'. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
Nieuwenhuis, O. en A. van Nunen (2015) 'Zzp'er in de creatieve industrie: samenwerken biedt schaalvoordeel'. In: *Boekman*, jrg 27., nr. 105, 28-31.
Zant, P. van der en K. van Eijck (2015) 'Talentontwikkeling in tijden van verschraling: jonge kunstenaars zoeken hun eigen weg'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 22-25.

Noten

1 De steekproef op basis waarvan het totaalbedrag aan cultuurdonaties wordt geschat, bevat in 2013 een uitschieter. Hoewel hierdoor geen twijfels ontstaan over de validiteit van het bedrag, is wel voorzichtigheid geboden bij trendanalyses.
2 De geldbedragen en bijhorende indexcijfers voor de pijler Geldstromen zijn gecorrigeerd voor inflatie. Voor de herberekening van de bedragen zijn de volgende (cumulatieve) correctiefactoren gebruikt: 2005 1,00; 2007 1,03; 2009 1,07; 2011 1,10; 2013 1,16.
3 De cijfers voor de cultuurindex duiden op een groeiende inzet van vrijwilligers voor cultuur, iets wat in recente SCP-cijfers elders geen bevestiging vindt (zie Ministerie van OCW 2015). De achtergrond kan zijn dat dezelfde mensen op meer plekken vrijwilligerswerk zijn gaan doen, waardoor er op meer plekken inzet geregistreerd wordt hoewel er niet meer mensen zijn die zich voor cultuur inzetten.

Podiumkunsten

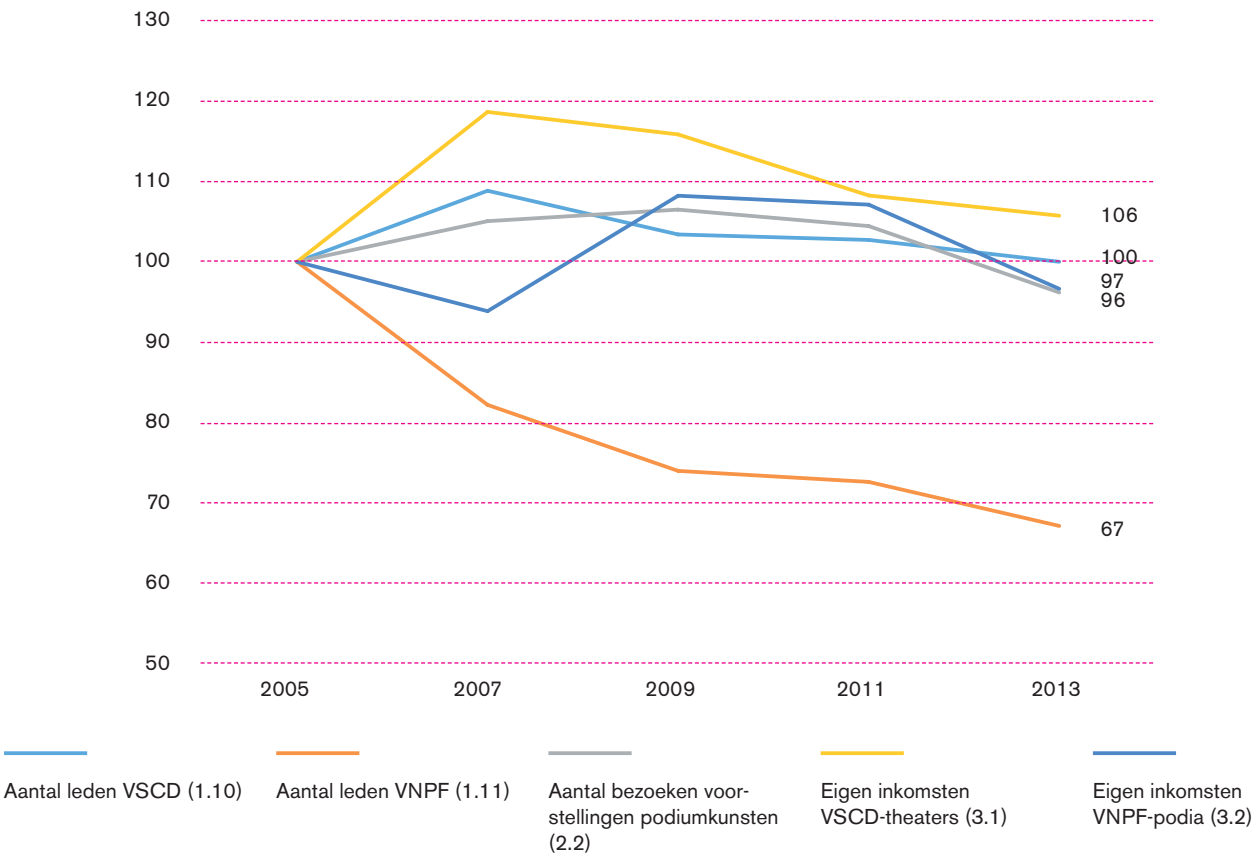
→

Podiumkunsten

De podiumkunsten hebben het niet gemakkelijk: de aantallen bezoekers lopen terug en daarmee de inkomsten. Maar er zijn lichtpuntjes: de muziekmarkt krabbelt op, en festivals maken een enorme groei door.

In de podiumkunsten zien de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) – sinds 2009 – en vooral de Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF) hun ledenbestand krimpen (indicatoren 1.10 en 1.11). De cijfers over het ledenbestand vereisen enige nuancering: door fusies en door uitschrijvingen bij verenigingen zijn er minder leden (vooral kleine poppodia), en leden die wegens verbouwing inactief zijn in 2013 worden niet meegeteld in rapportages van de VNPF. De leden van de genoemde branchevereniging en andere theaters beheren in 2013 ook nog ongeveer evenveel zalen als in voorgaande jaren, namelijk ruim 500 (indicator 1.3). Het aantal festivals is ten opzichte van 2005 bovendien enorm toegenomen, maar vele zijn geen lid van de VNPF, dus die groei is niet in indicator 1.11 terug te vinden. Er zijn in 2013 774 festivals, die 21,5 miljoen bezoekers trekken, zo blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau Respons (Respons 2015).

Terwijl het aantal zalen gelijk bleef, daalde het totale aanbod aan voorstellingen na jaren van groei in 2011-2013 sterk, van ruim 59.000 in 2011 naar 50.600 in 2013: een daling van 14 procent (indicator 1.2). Sinds 2011 daalde ook het aantal bezoeken, maar met 'slechts' 8 procent wel minder hard dan het aantal voorstellingen (indicator 2.2). De afname in het aantal voorstellingen doet zich vooral voor bij kleinere podia, bij de klassieke genres én in die regio's waar het aanbod toch al niet zo groot was. Het aantal voorstellingen in de vier grote steden is echter stabiel (Marlet 2015). In deze steden blijven ook de bezoekcijfers op peil.[1] Daling in bezoek vindt voornamelijk plaats in overige grote gemeenten, met meer dan 100.000 →



Figuur 7. Indexcijfers van enkele indicatoren podiumkunsten, 2005-2013

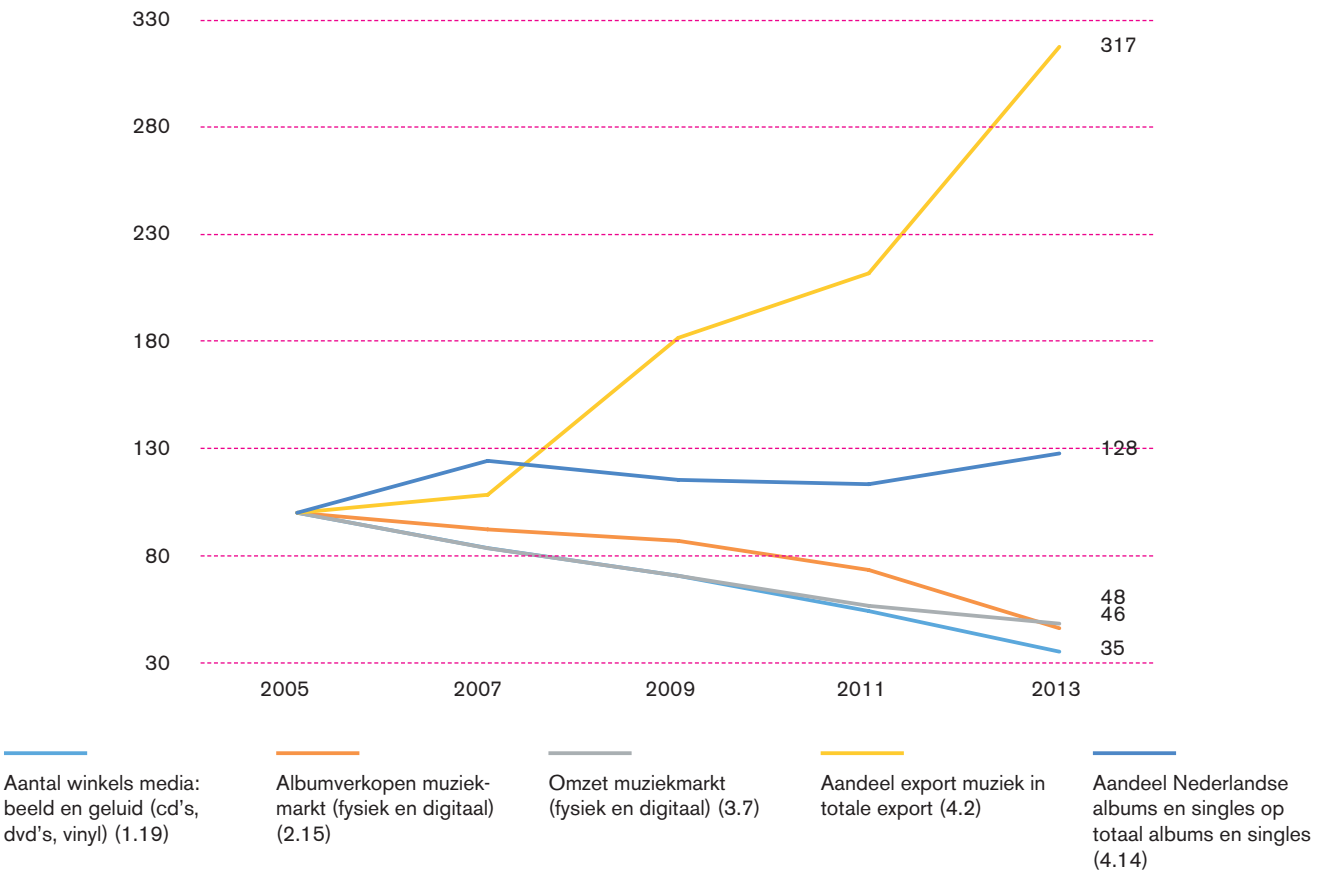
Bron: Cultuurindex Nederland.

inwoners. Het bezoek krimpt bovendien naar verhouding sterk bij voorstellingen van vrije theaterproducenten, zoals Joop van den Ende Theaterproducties en Albert Verlinde Entertainment (indicator 2.1).

Nieuwe oplossingen

Voor de podiumkunsten is een afname van bezoek zorgwekkend; minder bezoek betekent doorgaans ook minder eigen inkomsten. Deze geldstromen zijn na 2011 in sneltreinvaart afgenomen, met ongeveer 13 miljoen euro naar 330 miljoen euro (indicator 3.1 en 3.2).[2] In de podiumkunsten staan dalende inkomsten in schril contrast met de toenemende kosten van programmering, huisvesting, personeel enzovoort (Kruize 2015). Theaters slagen er, mede dankzij een positief imago, wél in om meer vrijwilligers te werven (Lahaut 2015); werkten er in 2005 ongeveer 5000 vrijwilligers in de podiumkunsten, in 2013 waren dit er 8000 (indicator 2.20). Vooral de kleinschalige poppodia zetten naar verhouding veel vrijwilligers in, bijvoorbeeld in horeca, productie en techniek (Dee et al. 2015). Op deze manier kunnen podia toch de personeelslasten beheersen.

De amateurkunstbeoefening laat een grote veer. Sinds 2009 zijn steeds minder mensen lid van een muziek-, zang- of toneelvereniging, maar het percentage lag in 2013 nog wel boven het niveau van 2005 (indicator 2.10).[3] Minder Nederlanders besteden tijd aan bijvoorbeeld ballet of zang in de periode 2007-2013 (indicatoren 2.11 t/m 2.13). Deze trend ligt in lijn met een forse afname in het aantal centra voor de kunsten en het aantal leerlingen bij deze centra (indicatoren 1.22 en 2.9). Op het vlak van talentontwikkeling vinden jonge talenten vaak alternatieve →



Figuur 8. Indexcijfers indicatoren muziekmarkt, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

routes: ze maken gebruik van privaat aanbod, internet en sociale media (Zant et al. 2015).

Muziekverkoop in binnen- en buitenland

In overeenstemming met de hele podiumkunstensector ziet de muziekmarkt op verschillende vlakken dalende cijfers. Er is een continue afname in het aantal verkochte fysieke en digitale muziekalbums en -singles, van 20,6 miljoen in 2005, tot 9,5 miljoen in 2013 (indicator 2.15). Als gevolg daarvan is in deze periode ook de omzet met meer dan 50 procent gedaald (indicator 3.7). Bovendien zijn er ruim 60 procent minder cd-winkels dan in 2005 (indicator 1.19). Consumenten hebben als gevolg hiervan minder keuze in winkels, maar vinden online een groeiend aanbod aan muziek. Hier kunnen zij fysieke albums en singles bestellen bij webwinkels in binnen- en buitenland, muziek streamen of downloaden via (bijvoorbeeld) iTunes en Spotify, of bestanden verkrijgen via illegale kanalen. ITunes ziet echter haar verkopen dalen en ook illegaal downloaden lijkt minder populair (Bronzwaer 2014, Gfk 2015, Vrieze 2015). Intussen werven streamingdiensten als Spotify, Deezer en Apple Music met *all-you-can-eat*-abonnementen miljoenen abonnees. Deze verschuiving van (illegale) aankopen van cd's of downloads naar abonnementen laat zien dat men liever toegang heeft tot miljoenen songs tegelijk, dan een collectie van albums en singles in fysieke of digitale vorm in bezit heeft (Nuchelmans et al. 2015).

Hoewel het merendeel van de (fysieke) albums en singles die in Nederland worden uitgebracht nog steeds van buitenlandse artiesten is, neemt het marktaandeel in titelaanbod van Nederlandse artiesten toe van 7 procent in →

2005 naar bijna 9 procent in 2013 (indicator 4.14). Consumenten hebben verhoudingsgewijs meer keuze in albums en singles van Nederlandse artiesten. Een veel grotere stijging doet zich voor in de exportwaarde van muziek. De geschatte exportwaarde van optredens, opnames en rechten steeg van 32 miljoen euro in 2005 naar 158 miljoen euro in 2013 (Kroeske et al. 2014).[4] Dancemuziek is verantwoordelijk voor bijna driekwart van deze exportwaarde, dankzij wereldwijd zeer populaire en gewaardeerde artiesten zoals Afrojack. Muziek levert zodoende een steeds grotere bijdrage aan de Nederlandse economie; de exportwaarde van muziek heeft een drie keer zo groot aandeel in de totale export dan in 2005 (indicator 4.2).

Podiumkunsten in context

In de podiumkunsten zien we dalende trends in het aantal voorstellingen en bezoeken aan die voorstellingen. Ook aan de amateurbeoefening van podiumkunsten wordt door minder mensen tijd besteed. Tegelijkertijd getuigt de muziekmarkt van de populariteit van een *all-you-can-eat*-model, waarbij het publiek voor een vaste prijs naar believen muziek kan ontdekken en beleven. Mogelijk volgt de aankoop van een album – of van een ticket voor een concert of festival – dan alsnog, wanneer de muziekliefhebber nieuwe favorieten heeft gevonden. •

Literatuur

Bronzwaer, S. (2014) 'Met muziek is nog steeds amper geld te verdienen'. In: *NRC Next*, 20 februari.

Dee, A. en B. Schans (red.) (2015) 'Poppodia en -festivals in cijfers 2014'. Amsterdam: VNPF.

GfK (2015) 'Een derde van de streaming muziek gebruikers betaalt voor een abonnement'. Persbericht 20 januari. Op: *www.gfk.com*.

Hodes, S. en A. Jenniskens (2015) 'Festivals nestelen zich stevig in de cultuursector'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 14-17.

Kroeske, S. en J. Fictoor (2014) *Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek 2013*. Hilversum: Buma Cultuur.

Kruize, E. (2015) 'Poppodia in ontwikkeling'. Op: *Entertainmentbusiness.nl*

Lahaut, D. (2015) 'Burgers meer betrokken bij cultuur'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 32-35.

Marlet, G. (2015) 'Kassa of kaalslag? De veerkracht van de culturele sector'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 18-21.

Nuchelmans, A. en H. Tersteeg (2015) 'Nieuwe dynamiek door digitalisering: muziek- en boekenbranche krabbelen op'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 46-51.

Respons (2015) *Festivalmonitor 2014*. Amsterdam: Respons.

Vrieze, A. de (2015) 'Muziek downloaden is uit. Toch? Wat we wel en niet weten over piraterij'. Op: *3voor12.vpro.nl*, 22 januari.

Zant, P. van der en K. van Eijck (2015) 'Talentontwikkeling in tijden van verschraling: jonge kunstenaars zoeken hun eigen weg'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 22-25.

Noten

1 Zie CBS Statline: Professionele podiumkunsten; capaciteit, voorstellingen, bezoekers, regio.

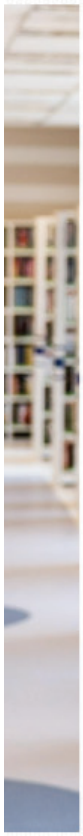
2 De bedragen en bijhorende indexcijfers voor indicator 3.1, eigen inkomsten VSCD-theaters en indicator 3.2, eigen inkomsten VNPF-podia zijn gecorrigeerd voor inflatie.

3 Indicator 2.10, lid muziek-, zang- of toneelvereniging, geeft het percentage mensen dat in een enquête aangeeft lid te zijn van een muziek-, zang- of toneelvereniging. De indicator gaat niet over het exacte aantal leden, noch over een toe- of afname daarvan.

4 Dit bedrag is exclusief inflatiecorrectie.

•

Muziek- en boeken-markt in Nederland 2005-2013

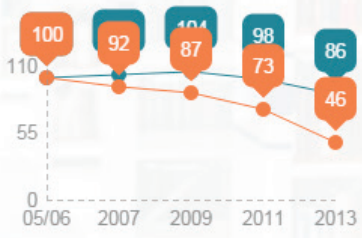


10 miljoen
verkochte muziekalbums in 2013

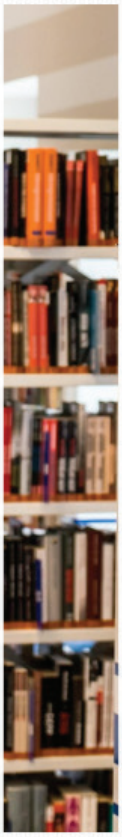
21 miljoen
in 2005

41 miljoen
verkochte boeken in 2013

48 miljoen
in 2006



Indexcijfers verkopen muziekmarkt (sinds 2005) en boekenmarkt (sinds 2006)

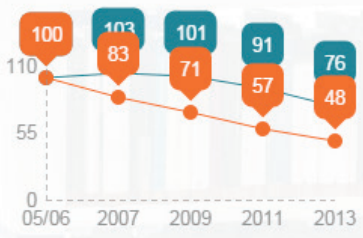


166 miljoen €
omzetwaarde muziekmarkt in 2013

343 miljoen €
in 2005

453 miljoen €
omzet verkoop boeken in 2013

596 miljoen €
in 2006



Indexcijfers omzetwaarde muziekmarkt (sinds 2005) en boekenmarkt (sinds 2006)

Invloed van digitalisering:

Publiek geeft voorkeur aan toegang tot bijna oneindig aanbod van cultuurproducten, in plaats van bezit van een beperkte collectie

→ Populariteit streaming-abonnementen neemt toe.

→ Verkoop van muziek en boeken neemt af.

Boekenmarkt omvat de verkoop van A-boeken, sinds 2010 inclusief e-books
Muziekmarkt is inclusief digitale verkopen
Bedragen zijn gecorrigeerd voor inflatie.
Data: Cultuurindex Nederland, KVB, NVPI.
Beeld: Pixabay.

www.cultuurindex.nl
Cultuurindex Nederland
Boekmanstichting
Herengracht 415
Amsterdam

Meer weten?
Cultuurindex.nl

Beeldende kunsten

→

Beeldende kunsten

Door afnemende capaciteit, participatie en geldstromen ziet het er somber uit voor de beeldendekunstsector. Wellicht kunnen vernieuwingen als digitalisering van het aanbod daar verandering in brengen.

De beeldendekunstsector is in verschillende opzichten gekrompen in 2005-2013. Een kleiner aantal galeries in Nederland betekent dat met beeldende kunsten minder consumenten worden bereikt, en minder omzet wordt gerealiseerd. Op het internationale toneel zijn galeries ook minder zichtbaar, maar Nederlandse topkunstenaars krijgen wél meer buitenlandse aandacht.

Krimp in galeriebranche

De Nederlandse Galerie Associatie (NGA) heeft in 2013 veel minder leden dan in 2005: het aantal is gedaald met 78 instellingen (indicator 1.12). Al tussen 2005 en 2007 telde het ledenbestand van de NGA ruim 30 minder galeries. Hoewel de krimp in het galeriebestel in de jaren na 2007 minder drastisch is, blijf er sprake van een (zorgwekkend) dalende trend. Deze wordt deels verklaard door de voor Nederland kenmerkende versnippering van de galeriebranche, met naar verhouding heel veel kleinschalige organisaties met beperkte omzet die gevoelig zijn voor conjunctuurschommelingen (Vinken 2015). Kleinere organisaties hebben immers minder reserves om eventueel teruglopende verkoopcijfers op te kunnen vangen. De NGA vertegenwoordigt veelal de zeer actieve galeries. Het aandeel van NGA-leden in het totale aantal galeries is de laatste jaren iets toegenomen. Naar schatting waren er 475 actieve galeries in Nederland in 2014, waarvan 175 lid van de NGA. De organisatie krijgt zodoende mogelijk meer slagkracht om de branche te ondersteunen en promoten.

Galeries werven in 2013 gezamenlijk minder opbrengsten uit kunstverkoop ten opzichte van 2005. Zowel het aantal contracten als het →

Figuur 9. Indexcijfers indicatoren beeldende kunsten, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

totale aankoopbedrag van de Kunstkoopregeling is vooral na 2007 fors gedaald; beide zijn in 2013 bijna 60 procent onder het niveau van 2005 (indicatoren 2.16, 3.3). De totale opbrengsten uit kunstverkopen van galeries daalden minder: omzetcijfers uit marktonderzoek tonen – na toepassing van de in de Cultuurindex Nederland gehanteerde inflatiecorrectie – een afname van 27 procent in 2005-2013 (Valk 2014). Men geeft minder geld uit aan de aankoop van kunst via galeries, en maakt daarbij ook minder vaak gebruik van de Kunstkoopregeling. Dalende verkoopcijfers van kunstwerken maar ook muziek en boeken zijn het gevolg van digitalisering en de economische recessie. Daar staat tegenover dat online verkopen – soms rechtstreeks via de kunstenaar – en digitale veilingen in opkomst zijn (zie bijvoorbeeld Ribbens 2014). Desondanks is de Kunstkoopregeling voor de consument een voordelig financieringsinstrument, dat aankopen via kunstgaleries wellicht in de jaren na 2013 alsnog een impuls geeft.

Internet biedt kansen

Online publiciteit en verkoop bieden ook kansen aan galeries. Consumenten kopen vaker kunst via het internet, en oriënteren zich online op het aanbod, door bijvoorbeeld sociale media over en van de galerie te raadplegen, of digitale kunstmagazines te lezen (Cachet et al. 2015). Op het internet zijn naast galeries echter ook nieuwe verkopers van kunstwerken actief. De website Welikeart.nl – voorheen hoofdzakelijk een blog over (betaalbare) kunst – verkoopt bijvoorbeeld kunstwerken via Welikeartworks.nl (Ribbens 2014).

→

Verder valt op dat amateurbeoefening in de beeldende kunsten krimpt: in 2013 is een kwart minder mensen actief in beeldendekunstcreatie dan in 2007 (indicator 2.14). Ook in andere sectoren daalt kunstbeoefening in de vrije tijd, gemiddeld met 25 procent in 2007-2013 (indicator 2.11 t/m 2.13). Deze ontwikkeling is mogelijk te verklaren door een afname in het aantal kunstencentra waar amateurkunstenaars gewoonlijk hun talenten ontplooien (indicator 1.22). In de beeldende kunst kan amateurbeoefening 'verhuizen' naar het internet; het is bijvoorbeeld denkbaar dat online zeer actieve jongeren ook kunst verzamelen (via bijvoorbeeld Pinterest), maken en delen op het internet, en op die manier hun talenten ontwikkelen (Zant et al. 2015).

Nederlandse beeldende kunsten in buitenland

Gevestigd talent is redelijk goed vertegenwoordigd in het buitenland; Nederlandse topkunstenaars werden in 2007 internationaal gemiddeld vaker geëxposeerd dan in 2005, en behouden deze (iets hogere) positie ook in de jaren daarna (indicator 4.11). De aandacht voor Nederlandse kunst in internationale exposities is ten eerste waardevol voor de kunstenaars, die met meer *exposure* ook meer (potentiële) kopers kunnen bereiken, en draagt ten tweede bij aan het wereldwijde aanzien van Nederlandse kunst. Om dezelfde redenen – het bereiken van kopers en verwerven van status – is het voor galeries van belang om deel te nemen aan (top)beurzen in het buitenland. Maar terwijl Nederlandse kunstenaars een iets gunstiger positie hebben in het buitenland, zijn Nederlandse galeries internationaal minder succesvol; het aandeel van Nederlandse galeries in het aantal vertegenwoordigde galeries op buitenlandse topbeurzen is de afgelopen jaren gedaald (indicator 4.12). Door de marginale positie van Nederlandse kunst in de wereld (Vinken 2015) en een omzetdaling in de thuismarkt, betreden galeries minder vaak en vooral minder makkelijk het wereldtoneel.

Ook de export van kunst loopt terug ten opzichte van 2005; het aandeel van kunstvoorwerpen in de totale export schommelt, maar blijft na een piek in 2007 structureel onder het niveau van 2005 (indicator 4.3). De exportwaarde van kunstvoorwerpen is tussen 2005 en 2013 gedaald, terwijl de totale waarde van uitvoer uit Nederland in deze periode is gestegen. De door kunstverkopers gerealiseerde concurrentiekracht is zodoende zowel nationaal als internationaal afgenomen.

De beeldendekunstsector in context

De Cultuurindex Nederland laat zien dat verschillende facetten van de beeldendekunstbranche in Nederland een negatieve ontwikkeling doormaken. De betreffende indicatoren zijn gemiddeld met bijna een derde afgenomen in 2005-2013 (2007-2013 voor amateurbeoefening in beeldende kunsten). Verminderde capaciteit, participatie en geld voor hedendaagse kunst schetsen een somber beeld, zeker in vergelijking met positieve ontwikkelingen in oude kunst (Erfgoed). Maar hoewel Nederlandse galeries minder vaak aan topbeurzen deelnemen, geeft een kleine toename van internationale zichtbaarheid van Nederlandse topkunstenaars aan dat er wel vertrouwen is in de kwaliteit van beeldende kunsten in Nederland. Bovendien vallen vernieuwingen in de branche – zoals digitalisering van het aanbod – mogelijk (nog) buiten de radar van de cultuurindex. Wanneer deze signalen in het totaalplaatje worden meegenomen, ontstaat er een positiever toekomstbeeld. •

Literatuur

Cachet, E. en S. Kroesemeijer (2015) *Herhaling onderzoek kunstkopers Nederlandse Galerie Associatie*. Amsterdam: Motivaction.

Ribbens, A. (2014) 'Kunst via internet vliegt weg'. In: *NRC Handelsblad*, 7 juni.

Valk, W.D.M. van der (2014) *Galeries voor hedendaagse beeldende kunst 2014*. Zoetermeer: Panteia.

Vinken, H. (2015) 'Beeldende kunst uit Nederland minder zichtbaar'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 42-44.

Zant, P. van der en K. van Eijck (2015) 'Talentontwikkeling in tijden van verschraling: jonge kunstenaars zoeken hun eigen weg'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 22-25.

Noten

1 In dit hoofdstuk bakenen wij de sector 'beeldende kunsten' af op dezelfde manier als de Nederlandse Galerie Associatie, met een focus op hedendaagse (van na 1945) kunstwerken, van nog levende kunstenaars.

2 De bedragen en bijhorende indexcijfers voor indicator 3.3, totale opbrengst Kunstkoopregeling, zijn gecorrigeerd voor inflatie.

•

Letteren

→

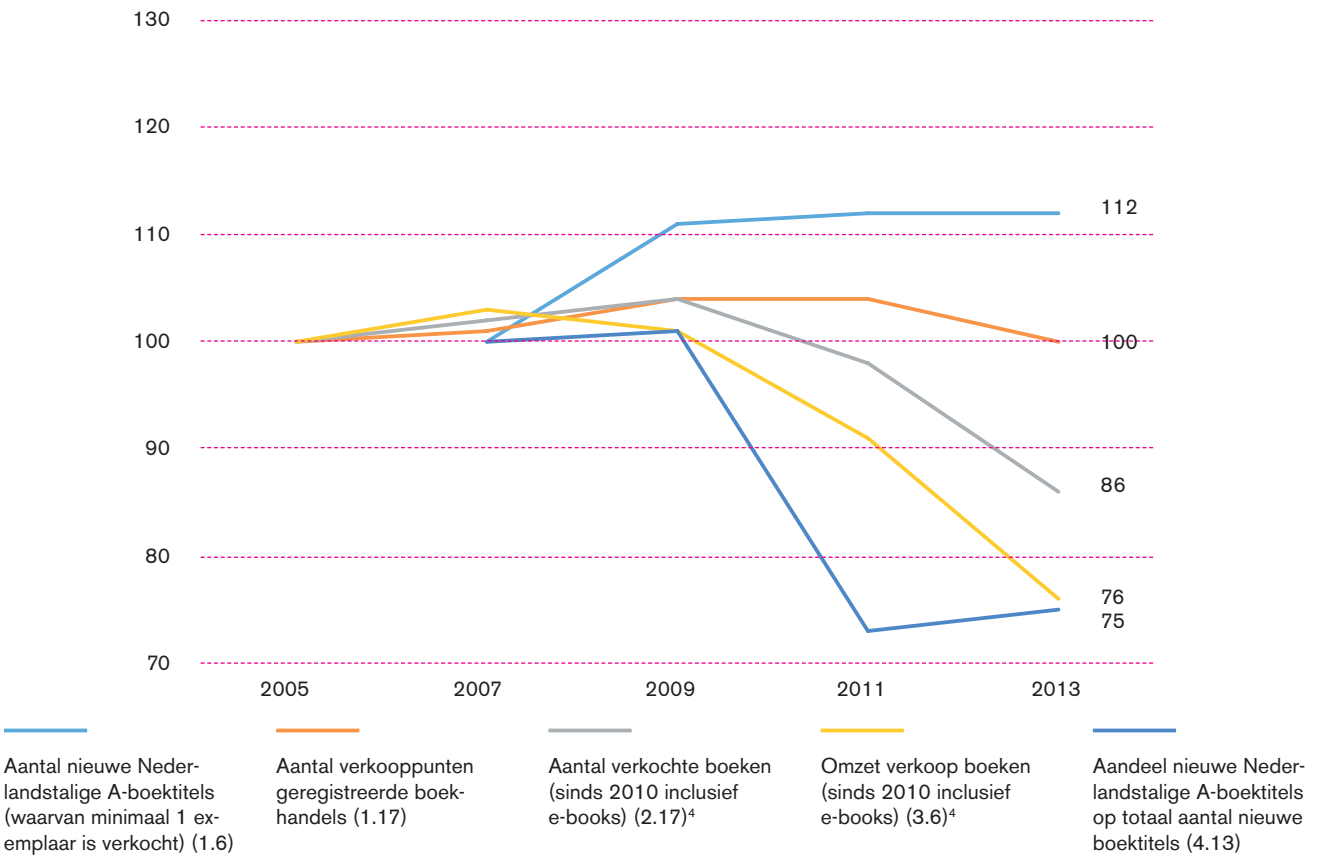
Letteren

De letterensector houdt zich redelijk staande: het aanbod van titels stijgt en openbare bibliotheken vinden zichzelf opnieuw uit. Wellicht weten ze daarmee de jeugd nog meer aan zich te binden.

In alle facetten van de letterensector zien we vooral na 2009 grote verschuivingen. De financiële positie van auteurs wijzigt, de manier waarop boeken worden gedistribueerd en gekocht verandert door digitalisering, en openbare bibliotheken oriënteren zich op een nieuwe rol als maatschappelijk partner.

Boeken: aanbod en vraag[1]

De boekproductie is omvangrijk; sinds 2009 worden jaarlijks ruim 16.000 Nederlandstalige boeken toegevoegd aan het bestaande aanbod op de Nederlandse markt (indicator 1.6). Naast het Nederlandstalige[2] aanbod, is er ook een groeiend aantal anderstalige titels beschikbaar, waardoor het aandeel van nieuwe Nederlandstalige boeken in het totaal aantal nieuwe boeken daalt (indicator 4.13). De consument heeft zo veel meer keuze; het totale aanbod telt ruim 20.000 boeken meer dan in 2007[3]. Daarnaast is het aantal fysieke verkooppunten van bij de Koninklijke Boekverkopersbond (KBb) aangesloten boekhandels vergelijkbaar met dat van 2005 (indicator 1.17). Ook op het internet zijn verkooppunten te vinden: in 2013 zijn twee internetwinkels bij de KBb aangesloten, en fysieke boekhandels hebben steeds vaker ook een online 'filiaal' (KBb 2015). Zo blijken boekhandels er voorlopig in te slagen de deuren open te houden, ondanks een verminderde omzet. Er zijn in 2013 14 procent minder boeken gekocht dan in 2006[4], waarbij sinds 2010 ook de verkoop van e-books wordt meegenomen in de cijfers (indicator 2.17). Door de afname in verkopen zien boekverkopers in deze periode ook hun inkomsten dalen met ruim 143 miljoen euro (indicator 3.6).[5] Wellicht kunnen boekhandels door bijvoorbeeld huur- en →



Figuur 10. Indexcijfers indicatoren markt voor algemene boek, 2005-2013

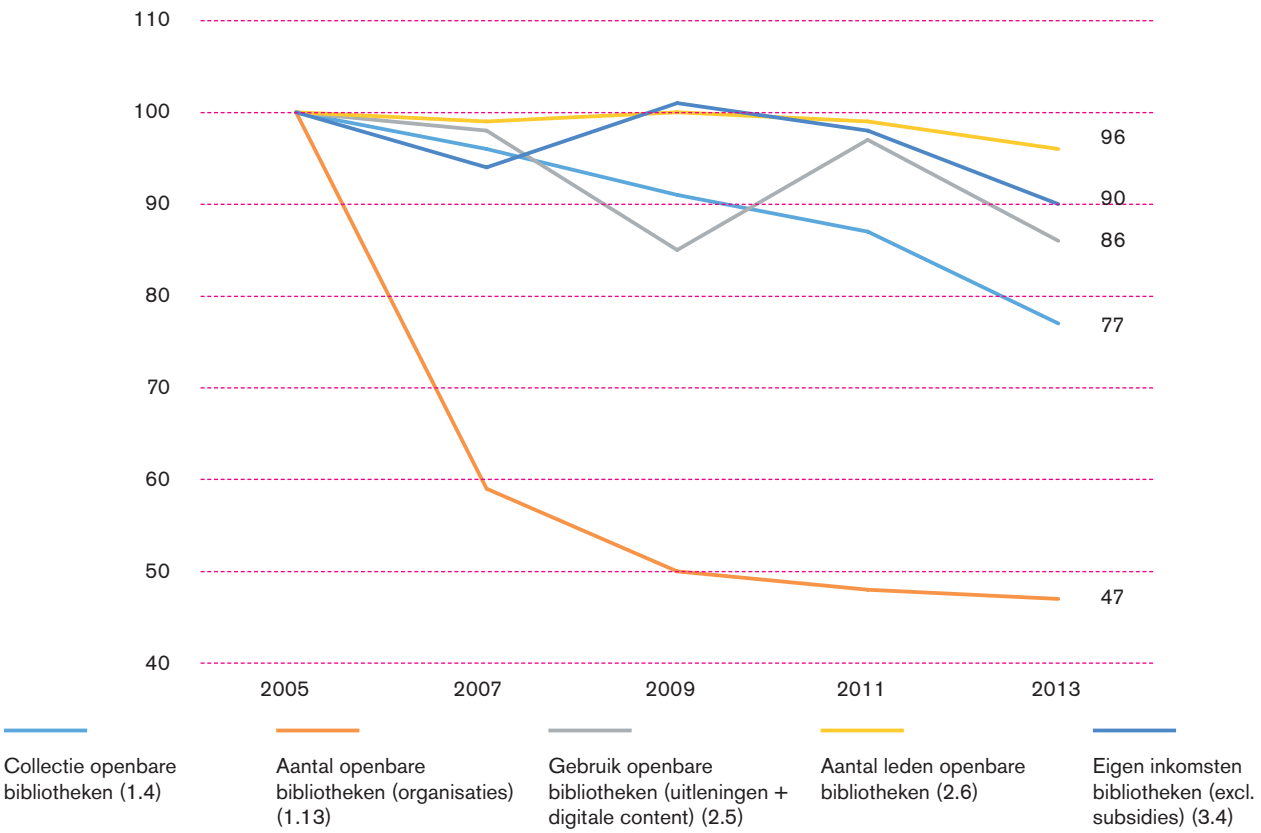
Bron: Cultuurindex Nederland.

personeelslasten te verlagen de verminderde omzet opvangen.

De krimp in verkopen is deels te verklaren door een daling in koopkracht van Nederlandse huishoudens sinds de economische crisis (CBS 2014). Daarnaast ervaart de sector 'ontlezing' door een verschuiving in mediagebruik; in plaats van boeken en tijdschriften, 'leest' men nu vaker e-mails, berichten op sociale media, en websites[6]. Ook ondervindt de boekverkoop door digitalisering concurrentie van andere vormen van (online) vrijetijdsbesteding, zoals muziek en video. Daar staat echter tegenover dat door activiteiten uit te breiden (zoals ook muziekwinkels proberen te doen, zie Podiumkunsten) en een grote verscheidenheid aan titels aan te bieden, de boekwinkel (weer) consumenten kan aantrekken (Nuchelmans et al. 2015). Vooral boekwinkels die on- én offline optimale service verlenen, zijn relatief succesvol (KBb 2015). Te denken valt aan een lezer die in een webwinkel nieuwe boeken bestelt, maar de fysieke boekwinkel als belangrijk instituut ziet en daar bijvoorbeeld lezingen bijwoont, of deskundig advies inwint.

Openbare bibliotheken: nieuwe functie en nieuw publiek

Tussen 2005 en 2007 is het aantal bibliotheekorganisaties zeer sterk afgenomen; sommige zijn gefuseerd, andere verdwenen (indicator 1.13). Na de omvangrijke krimp in het bibliotheekstelsel volgt in 2007-2013 een verkleining van de collectie van 19 procent (indicator 1.4) en een afname in het uitgeleende materiaal van 12 procent (indicator 2.5). Een daling van de eigen inkomsten van bibliotheken van bijna 10 miljoen euro tussen 2005 en 2013 (indicator 3.4)[7] is →



Figuur 11. Indexcijfers indicatoren bibliotheken, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

dan ook niet onverwacht. De krimp in het aantal bibliotheekorganisaties wordt deels opgevangen door een grotere verscheidenheid aan vestigingen; in 2013 hebben veel bibliotheken hun vestigingen met reguliere openingstijden vervangen door miniservicepunten, afhaalpunten of zelfbedieningsbibliotheken (VOB 2015). Zo zijn voor de meeste mensen nog steeds genoeg bibliotheekvestigingen te voet of per fiets bereikbaar (CBS 2015a).

Het aantal leden – in 2013 3,8 miljoen – is wellicht mede daardoor met slechts 4 procent gedaald ten opzichte van 2005 (indicator 2.6). Overgebleven bibliotheken behouden of vergroten mogelijk hun aantrekkingskracht door studiefaciliteiten aan te bieden, (digitaal) toegang tot archiefmateriaal te verlenen of als maatschappelijk partner en ontmoetingsplek te fungeren (zie ook Hamersveld 2015). Dat zou ook de relatieve stijging in het aantal jeugdleden van bibliotheken verklaren (CBS 2015b). In 2013 is bijna 60 procent van alle leden van openbare bibliotheken jonger dan 18 jaar (VOB 2015). De 'bibliotheek van de toekomst' kan juist voor deze jeugd van belang worden; zij beleven bovenal leesplezier in en dankzij de bibliotheek, maar kunnen daar ook studeren of informatie inzien (SIOB 2014).

De positie van auteurs

De inkomsten uit auteursrechten voor Nederlandse schrijvers, vertalers, scenarioschrijvers en journalistieke freelancers zoals columnisten en recensenten zijn sterk gedaald, met 35 procent in 2005-2013 (indicator 3.12).[8] Ten eerste zijn de inkomsten van schrijvers gedaald als gevolg van de afname in het aantal uitgeleende en verkochte boeken (indicatoren 2.5 en 2.17). Daarnaast →

spreekt auteursrechtenorganisatie Lira (2014) van een verouderde systematiek in leenrecht, waarbij voor auteurs de opbrengsten lager zijn bij digitale 'uitlening' dan bij uitlening van fysieke boeken. De introductie van het zogenaamde 'e-lending' pakt financieel niet positief uit voor auteurs (Lira 2014). Ten slotte voert Lira ook over andere aspecten van het auteursrecht – zoals de thuiskopieheffing en zogenaamde kabelovereenkomsten – discussie, omdat verschillende partijen de auteurs onvoldoende zouden vergoeden voor hun werk.

De letterensector in context

De Cultuurindex Nederland toont ontwikkelingen in de boekenmarkt en het bibliotheekstelsel op het gebied van capaciteit, participatie, geldstromen en concurrentie. Gemiddeld dalen de verschillende indicatoren in deze sector met 17 procent in 2005-2013. Niettemin is het aanbod aan boektitels gegroeid, en heeft de consument zodoende meer keuze. Daarnaast houdt de sector in vergelijking met andere sectoren op onderdelen redelijk goed stand; zo is de omzet uit verkoop van muziek en hedendaagse beeldende kunst bijvoorbeeld veel sterker afgenomen dan de omzet uit boeken (zie Podiumkunsten en Beeldende kunsten). Ook de lichte stijging in het aantal boekhandels is positief, in vergelijking met het (sterk) verminderde aantal mediawinkels (zie Podiumkunsten). •

Literatuur

CBS (2014) W*elvaart in Nederland: inkomen, vermogen en bestedingen van huishoudens en personen*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

CBS (2015a) *Nabijheid voorzieningen; afstand locatie, regionale cijfers*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek. (statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLnl&PA=80305NED&LA=nl)

CBS (2015b) *Steeds meer jongeren lid van de bibliotheek*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek. (www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/onderwijs/publicaties/artikelen/archief/2015/steeds-meer-jongeren-lid-van-de-bibliotheek.htm)

Hamersveld, I. van (hoofdred.) (2015) 'People's palaces: openbare bibliotheken als hart van de gemeenschap'. *Boekman*, jrg. 27, nr. 102.

KBb (2015) *Jaarverslag 2014*. Bilthoven: Koninklijke Boekverkopersbond.

Lira (2014) *Jaarverslag 2013*. Hoofddorp: Lira.

SIOB (2014) B*ibliotheek van de toekomst: knooppunt van kennis, contact en cultuur*. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken.

VOB (2015) *Bibliotheekorganisaties, gemeenten en inwoners*. Den Haag: Vereniging van Openbare Bibliotheken. (www.debibliotheken.nl/de-branche/stelsel/ontwikkelingen-en-trends/organisaties-gemeenten-en-inwoners-2010-2013)

Noten

1 In dit hoofdstuk wordt de markt voor algemene boeken (of A-boeken) weergegeven, waar fictie, non-fictie en kinderboeken onder vallen. Wetenschappelijke en educatieve boeken vallen echter buiten deze categorie. Wel omvat zij zowel (vertaalde) Nederlandstalige boeken als anderstalige boeken.

2 Het Nederlandstalige aanbod omvat ook naar Nederlands vertaalde boeken uit het buitenland.

3 Zie Kvb.nl

4 Voor de indicatoren 2.17 en 3.6, aantal verkochte boeken en opbrengsten uit boekverkoop (beide vanaf 2010 inclusief e-books), zijn de cijfers voor 2006 gebruikt als basiswaarde voor de indexering. De genoemde ontwikkelingen in omzet en afzet hebben dus betrekking op de periode 2006-2013.

5 De bedragen voor indicator 3.6, opbrengsten uit boekverkoop (vanaf 2010 inclusief e-books), zijn gecorrigeerd voor inflatie.

6 Zie Leesmonitor.nl: ontlezing (www.leesmonitor.nu/ontlezing)

7 De bedragen en bijhorende indexcijfers voor indicator 3.4, eigen inkomsten bibliotheken (excl. subsidies), zijn gecorrigeerd voor inflatie.

8 De bedragen en bijhorende indexcijfers voor indicator 3.12, auteursrechten: tekst (Lira), zijn gecorrigeerd voor inflatie.

•

Erfgoed

Erfgoed

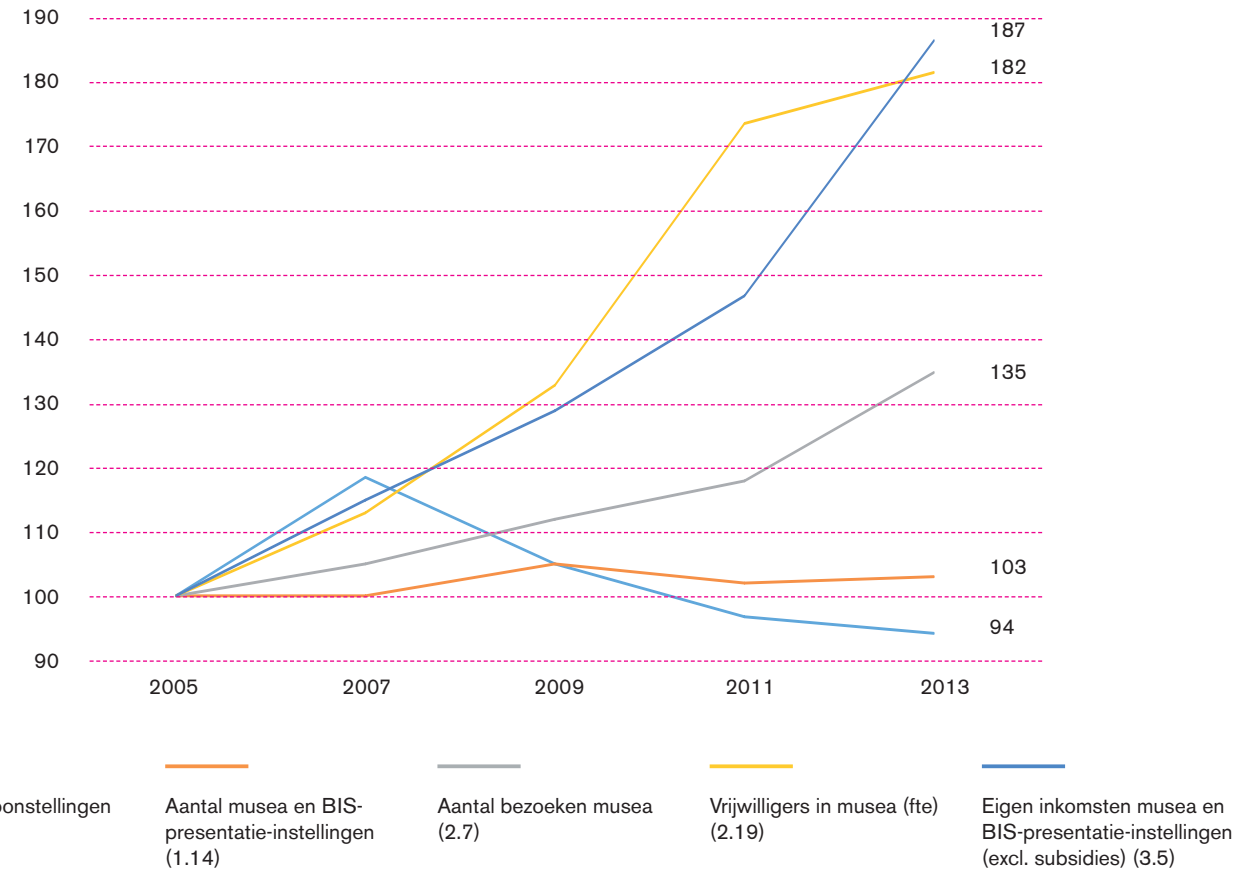
De markt gaat een steeds bepalender rol spelen in de erfgoedsector. Wel ligt voor musea het gevaar van het zogenaamde 'Mattheüseffect' op de loer: grote instellingen groeien, kleine krimpen juist. De algehele trends zijn desondanks opvallend positief.

De museumwereld als geheel toont op verschillende onderdelen extreme stijgingen in 2005-2013. De totaalcijfers verhullen echter een tweedeling in de branche, waarbij grote musea verder groeien, en middelgrote en kleine instellingen krimpen. Sinds 2005 is ook het aantal monumenten en beschermde stads- en dorpsgezichten fors toegenomen, maar de zorg daarvoor wordt door de rijksoverheid voor een deel afgestoten. Een toegenomen oriëntatie op publiek en markt kenmerkt de erfgoedsector.

Meer ruimte voor museaal erfgoed

In 2013 heeft de museumwereld een iets groter aantal instellingen; het aantal musea en basisinfrastructuurpresentatie-instellingen is met 3 procent gestegen. Het aantal exposities van musea daalt echter sinds 2009; er werden in 2013 minder tentoonstellingen gerealiseerd dan in 2005. (indicator 1.5; indicator 1.14). Ten eerste spelen de heropening van musea (zoals het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum) en de modernisering van bestaande gebouwen (zoals het Van Gogh Museum) daarin een rol. Met deze verbouwingen volgen de musea het voorbeeld van theaters, poppodia en bioscopen die eerder uitbreidden, en hebben zij (veel) meer ruimte voor tentoonstellingen. Ten tweede zetten instellingen in op meer publieksgerichte tentoonstellingen: musea besteden steeds meer aandacht aan de 'beleving' van een tentoonstelling, of organiseren evenementen rondom de exposities (Bijl 2014). Ook online proberen zij het publiek op te zoeken, door sociale media in te zetten (Verver 2015), of collecties in digitale databases toegankelijk te maken (Nauta et al. 2015).[1]

→



Figuur 12. Indexcijfers indicatoren musea en BIS-presentatie-instellingen, 2005-2013.

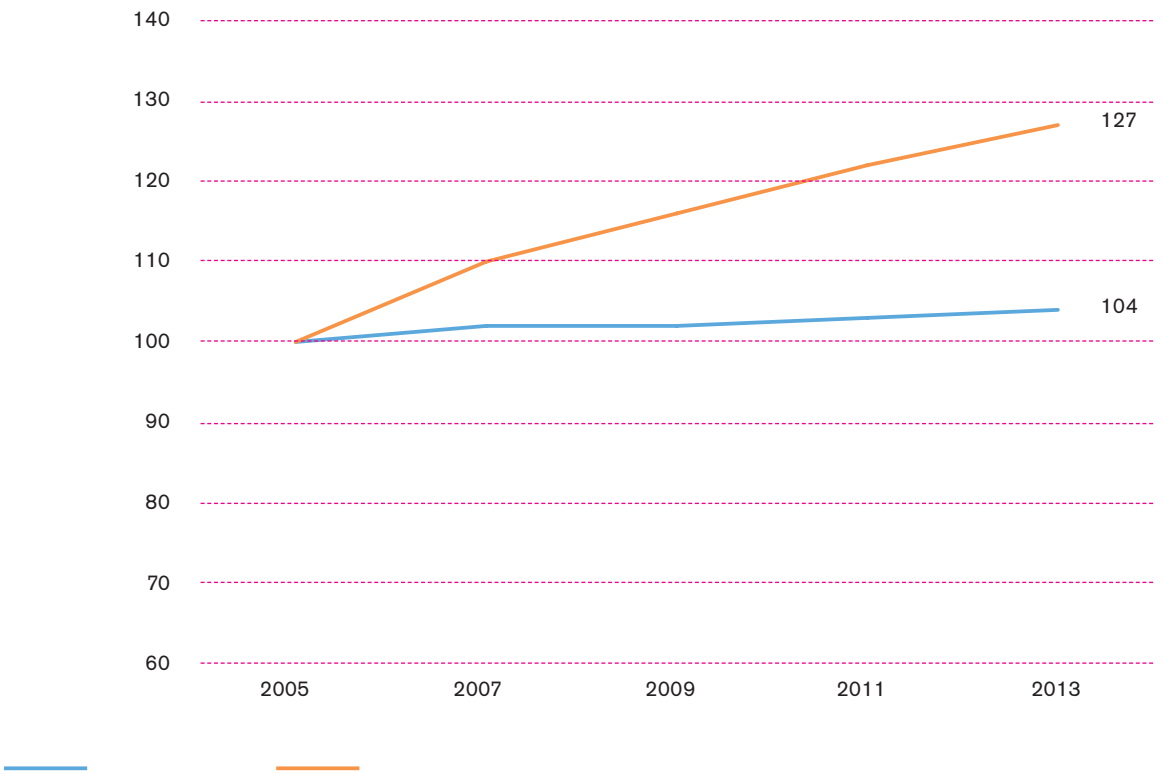
Bron: Cultuurindex Nederland.

Wisselende berichten over (opbrengsten uit) bezoeken

In vergelijking met een relatief stabiele capaciteit van het museumbestel zijn ontwikkelingen in participatie ronduit spectaculair. Musea verwelkomden in 2013 bijna 7 miljoen meer mensen dan in 2005: een stijging van 35 procent (indicator 2.7). Ongeveer de helft van deze groei – namelijk 3,3 miljoen bezoekers – werd tussen 2011 en 2013 gerealiseerd, vooral dankzij een explosieve groei in bezoekers van het heropende Rijksmuseum (Ministerie van OCW 2014). Door de verbouwing waren in dit museum (en in andere instellingen[2]) de bezoekersstroom en de ruimte om deze kwijt te kunnen lange tijd beperkt. Nu het museum weer volledig toegankelijk is, worden hier logischerwijs meer mensen ontvangen.

Aan de heropening is ook veel aandacht besteed in binnen- en buitenlandse media, met als gevolg dat er in 2011-2013 een sterke groei was in internationaal publiek; gezamenlijk telden musea in 2013 1,1 miljoen meer buitenlandse bezoekers dan in 2011 (Ministerie van OCW 2014). Uitbreiding of modernisering van de capaciteit heeft zodoende een toenemende vraag teweeggebracht, die wellicht zal afvlakken in de volgende jaren. Zolang de sector niet (meer) evenredig de ruimte voor bezoekers uitbreidt, is een dergelijke stabilisering van de vraag ook noodzakelijk.

Met name grote, toeristische musea delen in het succes van stijgende bezoekersaantallen, terwijl kleinere musea een minder positieve ontwikkeling doormaken. Deze trend wordt door het CBS opgemerkt bij zowel bezoekcijfers als eigen inkomsten (CBS 2015). Musea en →



Figuur 13. Indexcijfers indicatoren rijksmonumenten en beschermde stads- en dorpsgezichten, 2005-2013.

Bron: Cultuurindex Nederland.

presentatie-instellingen realiseerden gezamenlijk in 2013 veel meer eigen inkomsten dan in voorgaande jaren; in vergelijking met 2005 hebben zij ruim 125 miljoen euro meer verworven: een groei van 87 procent (indicator 3.5).[3] Ook op dit punt verhullen de door grote musea behaalde financiële successen rode cijfers bij middelgrote en kleinere musea. Musea met minder dan 100.000 bezoekers in 2013 noteerden in dat jaar in het algemeen negatieve bedrijfsresultaten (CBS 2015). Zo tekent zich een tweedeling af in de museumwereld: grote spelers groeien verder, andere blijven klein of krimpen.

Vrijwilligers

Musea zien ten slotte in 2005-2013 ook een heel sterke stijging in het aantal fte dat met vrijwilligers wordt ingevuld (indicator 2.19). Veel instellingen hebben deze mensen hard nodig, nu de overheidsbezuinigingen hen dwingen te snijden in onder andere personeelskosten. Daarnaast vragen publieksgerichte activiteiten en evenementen veelal tijdelijk om extra inzet, met een projectmatig karakter, waarvoor vrijwilligers uitermate geschikt zijn (Lahaut 2015).

Monumenten, steden en dorpen

Zowel het aantal rijksmonumenten als het aantal aangewezen beschermde stads- en dorpsgezichten is in 2013 hoger dan in 2005. Ten eerste neemt het aantal monumentale gebouwen en gebouwencomplexen in deze periode toe met 4 procent, dankzij een sterke toename in het aantal monumentale woonhuizen en verdedigingswerken (indicator 1.15) (zie erfgoedmonitor.nl). Desondanks blijven woonhuizen de grootste categorie. Ten tweede zijn er in 2013 27 procent meer stads- en dorpsgezichten ten opzichte →

van 2005 (indicator 1.16). Bij het aanwijzen van beschermde gezichten focust het Rijk al sinds de jaren negentig op gebieden die in 1850-1940 zijn ontstaan of ontworpen. Zo liggen gebieden uit deze periode waarschijnlijk ten grondslag aan de groei van indicator 1.16.

Ondanks een uitbreiding van het aantal rijksmonumenten en beschermde stads- en dorpsgezichten sprak het kabinet in 2010 het voornemen uit om zich gedeeltelijk terug te trekken uit de verantwoordelijkheid voor de erfgoedzorg. De recente verkoop (of afstoting) van rijksmonumenten door de overheid en grootschalig onderzoek naar herbestemming van cultureel erfgoed in opdracht van het ministerie van OCW[4] impliceert dat de overheid erfgoedbeheer naar de markt en het burgerinitiatief wil overhevelen (Hamersveld 2013). Voor monumentale woonhuizen is particulier beheer niet ongewoon, en private exploitanten van monumenten die geen woonhuizen zijn – denk aan religieuze of agrarische gebouwen en scholen – kunnen monumenten exploiteren middels herbestemming en flexibele, multifunctionele toepassingen (Dongen 2014, Hamersveld 2013).

Erfgoedsector in context

De erfgoedsector richt zich meer op de markt en het publiek, en is daarin ook in verschillende opzichten succesvol; het aantal beschermde gebouwen en gebieden is toegenomen en musea worden vaker bezocht dan ooit. Opvallend is dat er veel interesse is voor tentoonstellingen van oude kunsten, wat in schril contrast staat met dalende bezoekcijfers voor podiumkunsten voorstellingen (zie Podiumkunsten). Wat dat betreft kunnen alleen de bioscoopsector (zie Film) en festivalwereld (Hodes et al. 2015) zich meten met de museumwereld; deze cultuurvelden zien als enige de participatiecijfers de laatste jaren stijgen. In de museumsector treedt echter wel het zogenaamde 'Mattheüseffect' op: de grotere instellingen worden groter, de kleinere worden kleiner (CBS 2015). De laatste groep musea moet het grote publiek nog ontdekken, en omgekeerd. ●

Literatuur

Bijl, H. (2014) 'Niets is te gek voor de culturele alleseter'. In: *Het Parool*, 24 november.

CBS (2015) *Grote musea winnen slag om bezoekers.* Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek. (www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2015/grote-musea-winnen-slag-om-bezoekers.htm)

Dongen, F. van (2014) 'Het landschap van de leegstand'. In: *Boekman*, jrg. 26 , nr. 101, 14-19.

Hamersveld, I. van (hoofdred.) (2013) 'Erfgoed: van wie, voor wie?' *Boekman* 96, jrg. 25.

Hodes, S. en A. Jenniskens (2015) 'Festivals nestelen zich stevig in de cultuursector'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 14-17.

Lahaut, D. (2015) 'Meer draagvlak voor cultuur bij betrokken burgers'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 32-35.

Ministerie van OCW (2014) *Cultuur in beeld 2014*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Nauta, G.J. en M. de Niet (2015) *De digitale feiten: trends in digitaal erfgoed sinds 2008*. Den Haag: Stichting Digitaal Erfgoed Nederland.

Verver, M. (2015) 'Volg de sporen van je publiek: sociale media zijn goudmijn voor cultuurmarketing'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 52-55.

Noten

1 Het gebruik van dergelijke diensten wordt echter lang niet altijd gemonitord. In onderzoek van Stichting Digitaal Erfgoed Nederland in 2014 gaf slechts 53 procent van onderzochte instellingen aan het gebruik van digitale diensten te meten (Nauta et al. 2015).

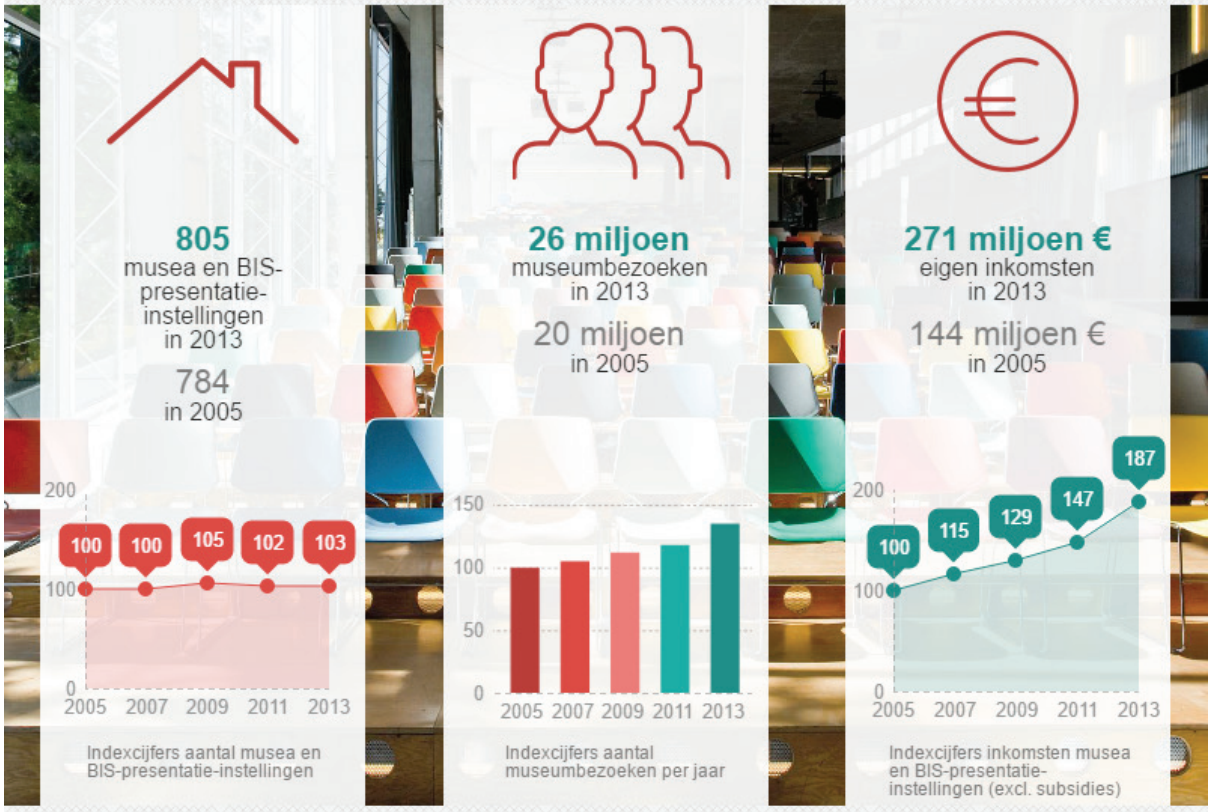
2 De bezoekersaantallen van het Stedelijk Museum Amsterdam dragen om dezelfde reden bij aan een explosieve groei van indicator 2.7. Dit museum werd tussen 2004 en 2012 verbouwd, en ontving daarom 'slechts' 138.000 bezoekers in 2011, voor een tijdelijke tentoonstelling.

3 De bedragen voor indicator 3.5, eigen inkomsten musea en BIS-presentatie-instellingen, zijn gecorrigeerd voor inflatie.

4 Zie de publicatiereeks 'Een toekomst voor…' van de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed: http://cultureelerfgoed.nl/publicaties-rce?reeks=279

●

Musea in Nederland 2005-2013



Mattheüseffect zichtbaar:

Grote* musea worden groter → Bezoeken groeiden met 24 procent in 2011-2013
Bedrijfsresultaat positief: 13,5 miljoen euro in 2013

Kleine musea blijven klein of worden kleiner → Bezoeken groeien met 2 procent in 2011-2013
Bedrijfsresultaat negatief: -17 miljoen euro in 2013

* = met meer dan 100.000 bezoeken in 2013
Bedragen zijn gecorrigeerd voor inflatie.
Data: Cultuurindex Nederland, CBS.
Beeld: Flickr (Naquib Hossain).

www.cultuurindex.nl
Cultuurindex Nederland
Boekmanstichting
Herengracht 415
Amsterdam

Meer weten?
Cultuurindex.nl

Film

→

Film

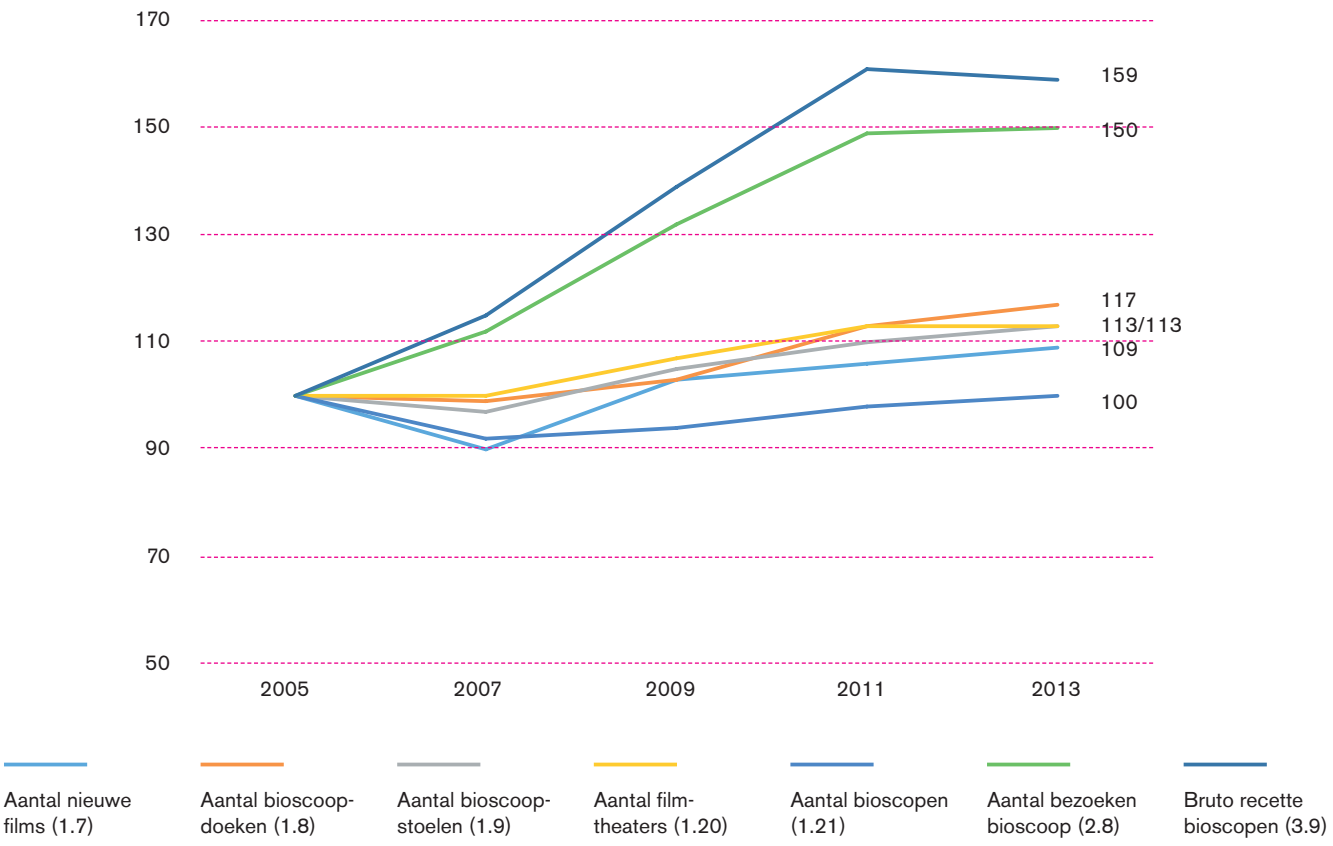
De bouw van nieuwe zalen en bioscopen heeft het aantal bezoekers doen groeien. Ook de populariteit van Nederlandse films en 3D-bioscoopfilms droeg hier aan bij.

Na een periode van groei tussen 2005 en 2011 is het aantal bezoeken aan bioscopen en filmtheaters in 2013 ondanks verdere capaciteitsuitbreiding gestabiliseerd. Bijzonder waren de goede prestaties van de Nederlandse film: één op de vijf verkochte bioscoopkaartjes was voor een Nederlandse titel. De video-on-demandmarkt groeide verder, ten koste van de dvdmarkt.

Meer capaciteit

De groei van het bioscoopbezoek tussen 2005-2011 is voor een groot deel toe te schrijven aan capaciteitsuitbreiding. Kleine, vaak verouderde bioscopen maken plaats voor de nieuwbouw van multiplexen[1] die door hun comfort, strategische ligging (met de auto goed bereikbaar, aan randen van steden) en hun brede aanbod een groot publiek aan zich weten te binden. Driekwart van alle doeken bevindt zich momenteel in deze multiplexen. Ook worden de wat oudere bioscopen regelmatig uitgebreid door de aanbouw van nieuwe zalen. Indicator 1.21 laat dan ook zien dat er niet zozeer meer bioscopen bij zijn gekomen, maar vooral meer stoelen en doeken (indicatoren 1.8 en 1.9). Na 2011 is het bioscoopbezoek, ondanks verdere modernisering en capaciteitsuitbreiding van de bioscoopbranche, gestabiliseerd (indicator 2.8). De bezettingsgraad (aantal malen dat een stoel per jaar verkocht wordt) daalde. Enkele bioscopen die recent zijn geopend, realiseerden groei in bezoek, de meeste andere bioscopen ervaren een daling van bezoekersaantallen (NVB et al. 2015).

→



Figuur 14. Indexcijfers indicatoren film, 2005-2013

Bron: Cultuurindex Nederland.

Revival van 3D

Het bioscoopbezoek steeg sinds 2005 met 50 procent, naar ruim 30 miljoen bezoeken in 2013 (indicator 2.8), een bezoekaantal dat sinds eind jaren zeventig van de vorige eeuw niet meer is voorgekomen (Lahaut 2013). Naast capaciteitsuitbreiding heeft de (her)introductie van 3D-films in 2009 bijgedragen aan deze groei. Met het grote succes van de 3D-film *Avatar* in 2009 werd duidelijk dat er bij het publiek (opnieuw) grote interesse bestaat voor 3D-bioscoopfilms.[2] Sindsdien is het aantal 3D-releases sterk toegenomen en genereren zij nog steeds veel bioscoopbezoek. Dit illustreert overigens ook de afhankelijkheid van bioscopen van het aanbod van nieuwe films. Door de 3D-film, is de bioscooprecette (inkomsten uit kaartverkoop) procentueel sneller gestegen dan het aantal bioscoopbezoeken (indicatoren 3.9 en 2.8).[3] Dit komt doordat er voor 3D-bioscoopvoorstellingen (en bijvoorbeeld ook voor imax-voorstellingen)[4] een toeslag wordt berekend; dit wordt ook wel *premiumpricing* genoemd, een vorm van prijsdifferentiatie

Meer keuze uit films

Er verschijnen steeds meer titels in de bioscopen (indicator 1.7). Daarnaast worden films sinds 2012 in alle Nederlandse bioscopen digitaal gedistribueerd en vertoond. Een belangrijk voordeel hiervan is flexibiliteit. Bioscopen kunnen veel efficiënter dan voorheen met de analoge filmrollen bioscoopfilms binnenhalen en vertonen op het witte scherm. De hele keten is geautomatiseerd, waardoor het ambachtelijke vak van operateur zo goed als is verdwenen. Door digitalisering en de bouw van moderne bioscopen met veel zalen (en efficiëntere →

bedrijfsvoering) is het mogelijk om dagelijks meer films te programmeren en te experimenteren met de filmprogrammering. Films volgen elkaar in de programmering ook sneller op en veel bioscopen hebben hun openingstijden verruimd. Hierdoor is er sprake van een ruimere aanbod voor de consument, die op elk gewenst moment van de dag naar de film kan gaan.

Multifunctioneel entertainmentcentrum

Dankzij de digitalisering transformeert de traditionele bioscoop in een multifunctioneel entertainmentcentrum. Digitalisering maakt het mogelijk om te experimenteren met alternatieve vormen van content, zoals het live uitzenden van voetbalwedstrijden, opera, ballet, concerten of games. Mensen zijn bereid te betalen om te kijken hoe anderen een computergame spelen. Met *alternative content*, ook wel *event cinema* genoemd, worden ook andere doelgroepen (zoals ouderen) aangesproken omdat aanbod op maat mogelijk is.[5] Door meer aanbod, ook van alternatieve content, heeft de bioscoopbezoeker meer keuze en wordt er voortdurend herhaalbezoek gestimuleerd. Daarnaast kunnen bioscoopzalen door digitalisering ook voor andere doeleinden worden ingezet, denk aan congresruimte of als collegezaal.

Groeimarkt

De bioscoopsector weet jaarlijks ongeveer de helft van heel Nederland naar zijn theaters te lokken. Maar met gemiddeld twee filmbezoeken per jaar zijn Nederlanders geen fervente bioscoopbezoekers.[6] De bioscoopsector zelf is van mening dat er nog groei zit in het bioscoopbezoek. Hierbij refereert men vaak aan het sterk stijgende bioscoopbezoek in die gemeenten waar zich een nieuwe en moderne bioscoop heeft gevestigd. De veronderstelling hierbij is dat aanbod vraag creëert. Dit zal zeker kloppen, aangezien (zoals eerder opgemerkt) de stabilisering van het bioscoopbezoek in 2011-2013 vooral op het conto komt van de aantrekkingskracht van pas geopende bioscopen. Deze groeipotentie verklaart mogelijk ook de buitenlandse interesse voor de Nederlandse bioscoopsector. Zo maakte de Belgische bioscoopexploitant Kinepolis vorig jaar zijn entree op de Nederlandse markt door de aankoop van familiebedrijf Wolff Bioscopen en werd JT Bioscopen overgenomen door investeerder Vue International (Woudt 2015). Deze partijen nemen niet alleen de bioscopen over maar hebben ook ambitieuze plannen voor nieuwbouw.

Filmtheaters

Het stijgende bioscoopbezoek is voor een deel ook te verklaren uit de toegenomen populariteit van filmtheaters (indicator 1.20).[7] Het bezoek aan filmtheaters is meer dan verdubbeld, van 1 miljoen in 2005 naar 2,4 miljoen in 2013.[8] Ook hier kan de toename in bezoek voor een belangrijk deel verklaard worden door de capaciteitsuitbreiding van stoelen (44 procent) en doeken (39 procent) . Daarnaast trekken filmtheaters tegenwoordig een breder publiek aan; de purist heeft plaats moeten maken voor de culturele omnivoor en de passant (de incidentele bezoeker) heeft de participant (de frequente bezoeker) vervangen. Maar ondanks een toegankelijkere filmprogrammering vergrijst het filmtheaterpubliek (Timmer et al. 2015). Via nieuwe manieren van programmeren proberen filmtheaters en filmhuizen een jong publiek te bereiken en verleiden (Lahaut 2013).

Nederlandse films

Het bezoek aan Nederlandse films zit in de lift en speelt een zeer belangrijke rol in de bioscooprecette. Het bioscoopbezoek aan Nederlandse films is van 2,7 miljoen in 2005 gestegen naar 6,3 miljoen in 2013. Inmiddels leveren Nederlandse films ongeveer een vijfde van de totale bruto recette op (indicator 4.17). Jaarlijks verschijnen er ongeveer evenveel Nederlandse films in de bioscoop als een paar jaar geleden, maar deze weten meer bezoek te trekken. Vooral Nederlandse mainstream- en familiefilms presteren goed (NVB et al. 2015). Uit onderzoek blijkt dat de toegenomen populariteit te maken zou kunnen hebben met de professionalisering van de filmproductie en de verbeterde marketing ervan. De herkenbaarheid en de verstaanbaarheid zijn de belangrijkste factoren waarom Nederlandse films aantrekkelijk worden gevonden (Scholtens et al. 2013).

Thuis film kijken

Een groot probleem voor het verdienmodel van de filmindustrie is de komst van video- →

on-demand (VOD). VOD is een dienst waarmee consumenten zelf via het internet dan wel via de kabel direct films of tv-series kunnen bekijken wanneer het hen uitkomt. Dergelijke diensten hebben ertoe geleid dat het aantal verkochte beelddragers met bijna de helft is afgenomen (indicator 2.18). Er vindt een verschuiving plaats van het kopen van films op dvd of als download (bezit) naar online bekijken (toegang). De totale verdiensten van de homevideomarkt nemen daardoor sinds 2005 af. Maar ook het streamen/downloaden uit illegale bron heeft effect op de omzetcijfers.

Filmsector in context

Het is door capaciteitsuitbreiding en modernisering de bioscoopsector gelukt publiek aan zich te binden. Opvallend hierbij is dat, net zoals bij musea, de groei in bezoek veelal werd bereikt in bioscopen die de afgelopen jaren zijn geopend, de meeste andere bioscopen kenden een daling van de bezoekersaantallen (zie ook Erfgoed). Digitalisering maakt het niet alleen mogelijk 3D-bioscoopfilms te vertonen maar ook om het aanbod te differentiëren, waardoor nieuwe doelgroepen worden aangesproken. De Nederlandse films wordt steeds belangrijker voor de bioscoopbranche, zowel uitgedrukt in aantal releases als in recette. Films op dvd worden steeds minder verkocht, terwijl video-on-demand-diensten sterk in opkomst zijn.

Literatuur

Dijksterhuis, E. (2015) 'De bios wordt een station voor content'. In: *Het Financieele Dagblad*, 29 augustus.

Lahaut, D. (2013) 'Van picture palace tot high-tech entertainmentcentrum'. In: *Boekman*, jrg. 25, nr. 97, 57-60.

NVB/NVF (2015) *Bioscoopbezoek 2014 gelijk aan 2013*. Amsterdam: Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten/Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (persbericht, 6 januari). (www.nvbinfocentrum.nl/uploads/files/pb_nieuwjaar_nvb-nvf6_1_15.pdf)

Scholtens, J. en P. Verstraeten (2013). *Het publiek en de Nederlandse speelfilm: een verkenning van de nationale markt.* Amsterdam: Stichting Filmonderzoek en Filmtest.

Sluijters, S. (2015) 'Filmpje pakken? De bioscoop biedt dadelijk veel meer'. In: *Het Financieele Dagblad*, 19 oktober.

Timmer, D. en A. Willemsen (2015) *Bioscoopmonitor 2014/2015*. Amsterdam: Stichting Filmonderzoek.

Woudt, J. (2015) 'Belgen bouwen positie in Nederland verder uit'. In: *Het Financieele Dagblad*, 14 augustus.

Noten

1 Multiplexen zijn bioscopen met acht of meer zalen.

2 Deze blockbuster van regisseur James Cameron heeft wereldwijd al meer dan 2,7 miljard dollar opgeleverd en is daarmee de film die het meeste geld ooit heeft opgebracht in de bioscoop.

3 De bedragen en bijhorende indexcijfers voor indicator 3.9, bruto recette bioscopen, zijn gecorrigeerd voor inflatie.

4 Imax is een filmformaat dat is ontworpen door de IMAX Corporation. Films kunnen op een veel groter scherm worden weergegeven dan op normale bioscoopschermen. Standaard is een imaxscherm 22 meter breed en 16 meter hoog, maar het kan ook groter zijn.

5 Hoewel de inkomsten uit het alternatieve aanbod nu nog gering zijn

6 In steden gaan mensen veel vaker naar de bioscoop dan in de regio.

7 Filmtheaters zijn bepaalde type bioscopen die zich toeleggen op de meer bijzondere/kunstzinnige films. Filmtheaters ontvangen vaak subsidies van de gemeente.

8 Het marktaandeel van filmtheaters is dan ook gestegen van 4,9 procent in 2005 naar 7,8 procent in 2013.

Bioscoopsector Nederland 2005-2013

353
nieuwe films
uitgebracht in 2013

324
in 2005

16 procent
van alle films is een
Nederlands film in 2013

12 procent
in 2005

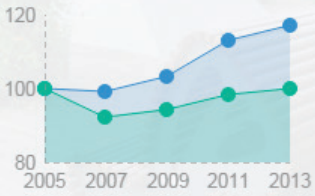
Indexcijfers aantal nieuwe films en aandeel Nederlandse films op totaal nieuwe films

141
bioscopen
in 2013

141
in 2005

652
bioscoopdoeken
in 2013

558
in 2005



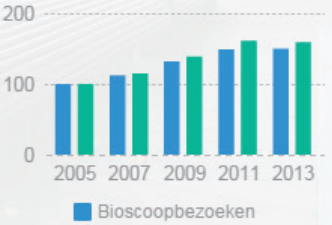
Indexcijfers aantal bioscopen en aantal bioscoopdoeken

31 miljoen
bioscoopbezoeken
in 2013

21 miljoen
in 2005

215 miljoen €
bruto recette
in 2013

135 miljoen €
in 2005



Indexcijfers aantal bioscoop-bezoeken en bruto recette

Vernieuwing en uitbreiding:

Nieuwe, grote bioscopen bieden bezoekers dankzij een groot aantal doeken veel verschillende films en zijn vaak populair om hun comfort en strategische ligging

- Aantal doeken per bioscoop neemt toe
- Er wordt fors geïnvesteerd in nieuwe bioscoopcomplexen

Bioscoopstoelen en -doeken omvat alleen de commerciële bioscoopsector.
Bedragen zijn gecorrigeerd voor inflatie.
Data: Cultuurindex Nederland, NVB NVF.
Beeld: Flickr (Frans Berkelaar).

www.cultuurindex.nl
Cultuurindex Nederland
Boekmanstichting
Herengracht 415
Amsterdam

Meer weten?
Cultuurindex.nl

Trends in cultuur in internationaal perspectief

Trends in cultuur in internationaal perspectief

Een blik op cultuursectoren in het buitenland leert hoe de Nederlandse trends in een internationale context geplaatst kunnen worden. Dankzij vergelijkbare 'cultuurindexen' in de Verenigde Staten en Engeland kunnen we deze landen er voorzichtig naast leggen.[1] Ook cijfers over de cultuursector in Australië bieden inzichten.

Capaciteit

Infrastructuur

In de Cultuurindex Nederland en in de National Arts Index van de Verenigde Staten laat de pijler Capaciteit stijgingen zien van respectievelijk 4 procent (in 2005-2013) en 9 procent (in 2003-2012) (Kushner et al. 2014). Er zijn echter op onderdelen van de cultuursector dalende trends in beide landen die samenhangen met digitalisering, zoals de afname van het aantal cd-winkels: in Nederland met 65 procent in 2005-2013 en in de VS met 48 procent in 2003-2012 (Kushner et al. 2014). Daar staat tegenover dat in beide landen de capaciteit van de bioscoopsector groeit: het aantal bioscoopdoeken is gestegen (met 17 procent in 2005-2013 in Nederland en met 12 procent in 2003-2012 in de VS). Beide landen laten ook een groei zien in nationale filmproductie[2], van 9 procent in 2005-2013 in Nederland en van 34 procent in 2003-2012 in de VS (Kushner et al. 2014). De verwachting is dat ook in Engeland en Australië digitalisering als gevolg heeft dat winkels sluiten, terwijl bioscopen juist uitbreiden om publiek te werven, maar in de rapportages worden geen cijferreeksen over de infrastructuur voor films en andere cultuurproducten gepresenteerd.

Werkgelegenheid en arbeidsmarkt

In de Verenigde Staten laat de *National Arts Index* zien dat het aandeel werknemers in de culturele sector op het totale aantal werknemers met bijna een vijfde is gedaald in 2003-2012 →

(Kushner et al. 2014). Nederland en Engeland daarentegen zien beide een stijging in cijfers over de werkgelegenheid in de sector: het aandeel in de totale werkgelegenheid is gegroeid, met 15 procent in Nederland (in 2005-2013) en 20 procent in Engeland (in 2009-2014). Verhoudingsgewijs zijn er meer mensen werkzaam in de creatieve sectoren in deze landen. Dat wil echter niet zeggen dat de arbeidsmarkt zich in positieve zin heeft ontwikkeld.

Om te beginnen is in alle drie de landen een versnippering van de arbeidsmarkt merkbaar: in de VS constateren de onderzoekers dat culturele organisaties vaak kleiner zijn dan gemiddeld en dat steeds meer artistieke beroepen zelfstandig worden uitgevoerd, dat wil zeggen dat de *self-employment* onder kunstenaars, toneelschrijvers en dergelijke toeneemt (Kushner et al. 2014). Ook in Nederland zijn er steeds meer (heel) kleine ondernemingen met één of enkele werknemers, en is er een toename van het aantal zzp'ers. In Engeland is meer dan de helft van de werknemers in de sector zzp'er (NCA 2015). De toename in werkgelegenheid in Nederland is deels te verklaren door de in 2008 geïntroduceerde registratieplicht voor zzp'ers, met als gevolg dat een grote groep zelfstandigen zichtbaar is geworden in de statistieken. Daarnaast wordt in Nederland het aantal zzp'ers gemeten in aantallen personen in plaats van fte's, wat een vertekend beeld geeft.

De toename van het aantal werknemers in de culturele sector impliceert bij een kleiner wordende en versplinterde sector dat dezelfde hoeveelheid werk nu door meer mensen wordt uitgevoerd. Gevoegd bij een lage(re) omzet betekent dit dat meer mensen in de culturele sector minder betaald worden. Zzp'ers hebben dan ook vaak een zeer onzekere financiële positie (Nieuwenhuis et al. 2015), en datzelfde geldt voor kleine bedrijfjes. De statistieken geven geen inzicht in het inkomen van werknemers of het aantal uren dat zij werken.

Participatie

Bezoek

Terwijl in de Verenigde Staten en Nederland de pijler Participatie zich op vergelijkbare manier ontwikkelt, treden opvallende verschillen op in de bijbehorende cijferreeksen. In de VS zijn bijvoorbeeld kunstmusea en bioscopen in 2012 minder vaak bezocht dan in 2003 (Kushner et al. 2014). In Nederland zien we juist in de museum- en filmsectoren een (sterke) stijging in bezoekcijfers in 2005-2013. Opvallend is dat dit ook geldt voor de kunstmusea (CBS 2015), vooral dankzij de capaciteitsuitbreiding (heropeningen) van enkele grote musea. In de Nederlandse filmsector heeft de opkomst van multiplexbioscopen een toestroom van bezoekers teweeggebracht. In de VS daarentegen is bezoek aan films niet meegegroeid met de infrastructuur; de markt lijkt daar verzadigd te zijn.

Digitale participatie

Arts Nation, de publicatie over cultuur in Australië, laat onder andere het belang van digitale participatie zien: het percentage Australiërs dat op een of andere manier via internet participeert in de kunsten (denk aan muziek downloaden, kunst bekijken, e-books lezen) is verdubbeld in 2009-2013, tot 66 procent (Australia Council for the Arts 2015).[3] Ook in de *Arts Index England* zijn gegevens over digitale cultuurparticipatie verzameld. Deze tonen een stijging van 51 procent ten opzichte van 2008, hoewel bij de interpretatie rekening moet worden gehouden met een andere vraagstelling in de enquête waarmee deze cijfers verzameld zijn (NCA 2015). Vooralsnog laat de Cultuurindex Nederland alleen gevolgen van digitalisering voor participatie zien, zoals teruglopende verkopen van muziekalbums, dvd's en boeken. Ook in de Verenigde Staten is online cultuurparticipatie niet gemeten (Kushner et al. 2014). Gezien het toenemend belang van toegang tot cultuur, dat bezit van cultuurgoederen verdringt, is het meten van digitale participatie een belangrijk punt van aandacht bij de verdere ontwikkeling van de Cultuurindex Nederland. →

Vrijwilligers

Nederlandse cijfers over de inzet van vrijwilligers zijn, net als veel andere indicatoren, niet een op een vergelijkbaar met buitenlandse statistieken over dit onderwerp, maar laten toch interessante verschillen zien. Uit de Cultuurindex Nederland blijkt dat de inzet van vrijwilligers de laatste jaren flink is gestegen; vrijwilligerswerk in musea in fte steeg met 82 procent, en in podiumkunsten steeg het aantal vrijwilligers met 59 procent in 2005-2013. In de Verenigde Staten is de interesse[4] voor vrijwilligerswerk in cultuur echter maar met 5 procent toegenomen sinds 2003 (Kushner et al. 2014). Uit onderzoek blijkt dat het aandeel Engelsen dat aan vrijwilligerswerk doet voor de cultuursector sinds 2008 is gestegen van 1,7 procent naar 2,5 procent van de bevolking (NCA 2015). Omdat het hier om een steekproef gaat moet er rekening worden gehouden met steekproeffouten, waardoor de toename niet direct statistisch significant is. Bovendien zijn juist deze cijfers volgens de onderzoekers van mindere kwaliteit dan andere statistieken in de rapportage (NCA 2015, 32). De uitzonderlijke toename van vrijwilligersinzet in Nederland is waarschijnlijk te danken aan die vrijwilligers die zich voor meerdere organisaties inzetten (Lahaut et al. 2015). Bovendien werpen professionalisering van het vrijwilligersbeleid, een toenemende focus op projecten in de creatieve sector (waarbij vaak tijdelijk extra krachten nodig zijn) en een verbeterd imago van kunst en cultuur hun vruchten af (Lahaut 2015). Culturele instellingen hebben vrijwilligers ook steeds harder nodig door de bezuinigingen.

Geldstromen

Inkomsten

In de Verenigde Staten is een daling in geldstromen in 2001-2010 recent gestabiliseerd, maar de pijler is nog altijd 7,5 procent onder het niveau van 2003 (Kushner et al. 2014). In Nederland is deze pijler juist recent gedaald, tot 6 procent onder het niveau van 2005. Ook in Engeland zijn geldstromen aanzienlijk gekrompen, meer zelfs dan in de andere landen (NCA 2015). Kijken we naar ontwikkelingen in eigen inkomsten van gesubsidieerde culturele instellingen, dan zien we in Engeland een stijging van 21 procent sinds 2008 (NCA 2015).

In Nederland laten de inkomsten van musea en BIS-presentatie-instellingen, VSCD-theaters, VNPF-podia en bibliotheken gemiddeld een groei van 23 procent (gecorrigeerd voor inflatie) zien, maar zijn de ontwikkelingen per discipline heel verschillend; terwijl musea (veel) meer eigen inkomen hebben verworven in 2005-2013, hebben VNPF-podia en bibliotheken juist minder inkomsten. In de Verenigde Staten tonen de cijfers vooral een afname van de omzet uit muziek- en boekverkopen, en wel van vergelijkbare, zorgwekkende omvang als in Nederland (Kushner et al. 2014). Wel lijkt de boekenmarkt in de VS een hardere klap te incasseren, ondanks de grotere internetaansluitingsdichtheid en daarmee samenhangende digitalisering in Nederland. In Nederland levert de vaste boekenprijs wellicht een bijdrage aan het op peil blijven van de omzet. Zoals te verwachten, zijn de gevolgen van de economische recessie en digitalisering voor opbrengsten uit verkoop van cultuurproducten ook in het buitenland omvangrijk.

Donaties

Het totaalbedrag aan giften van private fondsen, bedrijven en kansspelen is in Nederland (wanneer dit worden gecorrigeerd voor inflatie) na 2009 hard gedaald, met 35 procent ten opzichte van 2005. Onderzoek van Rienstra (2015) laat echter zien dat bijdragen van private fondsen in het bijzonder juist stijgen. Zo neemt Nederland op dit punt internationaal een middenpositie in. De *National Arts Index* in de Verenigde Staten toont een dalende trend in donaties van private fondsen. Hoewel deze donaties slechts met 3 procent dalen, noemen de onderzoekers van de index dit positief 'in vergelijking met de verliezen in donaties van bedrijven' (Kushner et al. 2014, 24). Hoewel de Amerikaanse cultuursector van oudsher een groot deel van zijn inkomsten uit fondsen en sponsors werft (Kushner et al. 2014), contrasteert deze juist op dit punt met de culturele sector in Australië, waar sinds 2009 – ondanks de economische crisis – giften van sponsors met ongeveer 10 procent zijn gestegen (Australia Council for →

the Arts 2015). De Australische sector lijkt zich met name dankzij crowdfunding financieel beter te redden. Culturele instellingen in Nederland boeken met crowdfunding voorzichtig (maar nog ontoereikend) succes (Bekkers et al. 2015).

Overheidsbijdragen

In de *Arts Index England* spreekt men met grote zorgen over de financiering van culturele instellingen. Financiële steun vanuit (lokale) overheden is zeer sterk gedaald, met ruim 37 procent sinds 2008 (NCA 2015). In Nederland en in de Verenigde Staten zijn overheidsbijdragen minder sterk afgenomen (Kushner et al. 2014). De bijdrage vanuit de overheid in Engeland valt uiteen in drie bronnen: de nationale overheid, de lokale overheid en de nationale loterij. Deze drie geldstromen tezamen zijn gemiddeld met 30 procent gedaald ten opzichte van 2008, vooral dankzij een verminderde bijdrage van de landelijke en lokale overheden (NCA 2015). De loterijafdrachten aan cultuur daarentegen stegen met 80 procent, terwijl in Nederland kansspelen juist minder lijken bij te dragen aan cultuur. Deze bijdragen worden in Nederland bovendien indirect gereguleerd, via wet- en regelgeving, terwijl deze in Engeland verdeeld worden door een door de overheid gefinancierde organisatie (*Arts Council England*). Was de bijdrage vanuit de nationale loterij in Engeland mede daarom altijd bedoeld als een aanvulling op de overheidssubsidie, nu geldt deze inkomstenbron steeds vaker als de enige vorm van overheidsfinanciering voor culturele instellingen. Dit betekent ook dat de cultuursector sterker afhankelijk is van de economie, die de omzet van de loterij beïnvloedt (NCA 2015).

Conclusie

In de cultuursector in Engeland zien we, zoals is te verwachten, overeenkomsten met de Nederlandse situatie: een licht dalende participatie en fors teruglopende overheidsbijdragen aan de cultuursector (NCA 2015). Ook in de Verenigde Staten zijn er met Nederland vergelijkbare trends: naast de teruglopende overheidsbijdragen een krimpende cultuursector en een verminderde verkoop van muziek en boeken (Kushner et al. 2014). Overheidsbezuinigingen en de economische recessie, maar ook de versnippering van het werkveld en digitalisering van participatie blijken in binnen- en buitenland van grote invloed op de cultuursector. Mede daardoor laat de *National Arts Index* in 2012 een totaalindex van 2,7 procent beneden het niveau van 2003 zien (Kushner et al. 2014).[5] Deze score betekent echter dat de Amerikaanse cultuursector zijn dieptepunt, een totaalindex van 96,1 in 2011, al heeft gepasseerd. Het herstel van de Amerikaanse economie wordt nu weerspiegeld in de culturele sector (Kushner et al. 2014). Zo zijn er nieuwe, digitale verdienmodellen in met name media en entertainment en houden gesubsidieerde instellingen (zoals musea en theaters) zich dankzij vrijwilligers staande ondanks financiële tekorten.

Cijfers uit de Cultuurindex Nederland tonen een vergelijkbaar scenario: de cultuursector ondervindt gevolgen van digitalisering en bezuinigingen, maar kan zich wel herstellen door aanpassingen te maken in bijvoorbeeld nieuwe verdienmodellen (zoals het aanbieden van streamingabonnementen voor muziek), personeelsinzet (denk aan meer vrijwilligers in podiumkunsten), of beleid (onder meer de herpositionering van bibliotheken). Daar staat tegenover dat de ophanden zijnde gemeentelijke en provinciale bezuinigingen op cultuur nog hun uitwerking zullen hebben.

Ten slotte moet worden opgemerkt dat de statistieken slechts het verschil met het gekozen basisjaar laten zien – 2008 in Engeland, 2003 in de Verenigde Staten en 2005 in Nederland. Zeker in Engeland is dit basisjaar afwijkend; het toont eerder een uitzonderlijke periode van economische crisis, dan dat het een referentiekader biedt. Een vergelijking van indexcijfers, met internationale of juist regionale statistieken, is zodoende een werk in uitvoering. Met deze publicatie tonen we niettemin de belangrijkste trends in de culturele sector in Nederland over langere tijd en in onderlinge samenhang – en in internationale context. •

→

Literatuur

Australia Council for the Arts (2015) *Arts nation: an overview of Australian arts.* 2015 Edition. Sydney: Australia. (www.australiacouncil.gov.au/workspace/uploads/files/arts-nation-october-2015-5638269193891.pdf)

Bekkers, R. (et al.) (2015) 'Crowdfunding: een nieuwe inkomstenbron voor de culturele sector?' In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 103, 40-43.

CBS (2015) 'Musea voor beeldende kunst grote publiekstrekkers' [persbericht 10 november]. Op: *CBS.nl* (www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2015/musea-voor-beeldende-kunst-grote-publiekstrekkers.htm).

Kushner, R.J. en R. Cohen (2014) *National Arts Index 2014: an annual measure of the vitality of arts and culture in the United States: 2001-2012*. Op: *Artsindexusa.org*

Lahaut, D. (2015) 'Burgers meer betrokken bij cultuur'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 32-35.

Lahaut, D., A. van den Broek en K. van Eijck (2015) 'Tweede editie Cultuurindex Nederland: kerngegevens over de culturele sector 2005-2013 per pijler en per sector'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 4-13.

NCA (2015) *Arts Index England 2007-2014*. S.l.: National Campaign for the Arts.

Nieuwenhuis, O. en A. van Nunen (2015) 'Zzp'er in de creatieve industrie: samenwerken biedt schaalvoordeel'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 28-31.

Rienstra, R. (2015) 'Private cultuurfondsen brengen dynamiek in de cultuur'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 103, 32-35.

Noten

1 De in de Verenigde Staten ontwikkelde National Arts Index diende als voorbeeld voor de opzet van de Cultuurindex Nederland. Deze is dan ook het best vergelijkbaar met de cultuurindex.

2 In de National Arts Index in de Verenigde Staten wordt het aantal nieuwe films als onderdeel van de indicator nieuw werk in theater, orkest, opera, Broadway en film gemeten. Deze indicator is niet ondergebracht bij de pijler Capaciteit maar bij de pijler Participatie.

3 De Australische publicatie toont uiteenlopende cijfers over kunst en cultuur, en hanteert daarbij over het algemeen geen indexcijfers om verschillen in de tijd in kaart te brengen op alle onderdelen. Digitale participatie is een van de weinige onderwerpen waarbij wél een vergelijking over langere tijd wordt gemaakt.

4 In de National Arts Index zijn alleen cijfers opgenomen die betrekking hebben op welk type vrijwilligerswerk de voorkeur heeft onder een steekproef. In een enquête geven respondenten aan welke sector hun eerste, tweede en derde keuze is. Cijfers over het werkelijke aantal vrijwilligers zijn onbekend.

5 In tegenstelling tot de Cultuurindex Nederland wordt voor de National Arts Index de totaalindex berekend als het gemiddelde indexcijfer van alle indicatoren.

Verantwoording

Dataverzameling

De Boekmanstichting is verantwoordelijk voor het verzamelen van de statistieken/indicatoren. Een groot deel van de gegevens wordt verzameld uit openbare bronnen, zoals jaarverslagen van brancheorganisaties en cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Daarnaast leveren organisaties soms specifieke cijfers voor de cultuurindex, zoals informatie over het aantal nieuwe Nederlandse boektitels. Om in de index te worden opgenomen, moeten de cijfers aan een aantal eisen voldoen: ze moeten (twee) jaarlijks worden verzameld en betrouwbaar en vergelijkbaar zijn.

De index ontleent zijn kracht aan de unieke verzameling van cijfers, maar is daarbij tegelijkertijd afhankelijk van meer dan 35 kennis- en cultuurinstellingen die de cijfers publiceren en aanleveren. Dat heeft als gevolg dat de Cultuurindex Nederland gebonden is aan de keuzes die andere partijen maken in het verzamelen en beschikbaar stellen van informatie. Niettemin realiseert die aanpak een zo breed mogelijke weergave van de cultuursector.

Aanpassingen ten opzichte van de vorige editie

In 2013 is de Cultuurindex Nederland gepresenteerd als *work-in-progress*. Op basis van voortschrijdend inzicht en consultatie van het inmiddels ontstane platform van onderzoekers rond de index hebben verschillende aanpassingen en verbeteringen plaatsgevonden, waar nodig met terugwerkende kracht. Daardoor verschilt deze versie van de Cultuurindex Nederland in enkele opzichten van de eerste editie, die in *Boekman* 97 werd gepresenteerd. De twee belangrijkste aanpassingen hebben betrekking op:

1. De kernindicator Arbeidsmarkt, onder de pijler Capaciteit, beperkt zich nu tot betaalde banen in de creatieve industrie. Deze werkgelegenheid in de creatieve industrie is bovendien uitgesplitst in de deelsectoren Kunsten en cultureel erfgoed, Entertainment en media en Creatieve zakelijke dienstverlening. Hiermee krijgt de betaalde werkgelegenheid in de sector een sterkere positie in de cultuurindex en worden ontwikkelingen binnen verschillende deelsectoren van de creatieve industrie beter in beeld gebracht.
2. Mede als gevolg van deze ontwikkelingen zijn de indicatoren over vrijwilligers verplaatst naar de pijler Participatie. Hier is een nieuwe kernindicator Draagvlak voor cultuur gecreëerd, waar behalve de twee indicatoren 'vrijwilligers bij de podiumkunsten' en 'vrijwilligers in musea' ook de (nieuwe) indicator 'particuliere giften van huishoudens' is opgenomen. Hoewel financiële giften van huishoudens een geldstroom vormen, signaleren ze bovenal de betrokkenheid van Nederlanders bij cultuur en zijn ze daarom bij *Draagvlak* ondergebracht.

Bij enkele van cijfers moeten we de volgende opmerkingen plaatsen:

1. Omdat (onder andere) door veranderingen in dataverzamelingen bij zowel de Cultuurindex Nederland als zijn partners gegevens niet altijd meer aan de vereisten voldoen, is een achttal indicatoren met terugwerkende kracht aangepast. Welke indicatoren dat zijn, is terug te vinden in de noten onder de overzichtstabel op pagina 15.
2. Voor de pijler Geldstromen zijn alle opgenomen bedragen gecorrigeerd voor inflatie.[1]
3. Gegevens over de overheidsuitgaven aan kunst en cultuur waren voor 2013 ten tijde van deze publicatie helaas nog niet beschikbaar. Gegevens over 2012 zijn genoteerd bij 2013.
4. Het totaal aan financiële giften van huishoudens wordt geschat op basis van een steekproef. De schatting over 2013 wordt beïnvloed door een uitschieter in de cijfers. Bij de interpretatie van het totaalbedrag in trendanalyses is daarom voorzichtigheid geboden.

Zie voor overige opmerkingen de voetnoten onder de overzichtstabel op pagina 15. →

Weging

De vier pijlers waarop de gegevens uit de index zijn gebaseerd, tellen even zwaar mee bij het berekenen van de totaalindex. We kennen dus aan Capaciteit, Participatie, Geldstromen en Concurrentie een gelijk gewicht toe. Binnen elke pijler tellen de verschillende kernindicatoren ook even zwaar mee. Elke kernindicator bestaat vervolgens uit meerdere indicatoren, die ieder hetzelfde gewicht in de schaal leggen. Wanneer een kernindicator bijvoorbeeld drie indicatoren omvat, draagt iedere indicator voor een derde bij aan deze kernindicator. Maar wanneer een andere kernindicator uit acht indicatoren bestaat, dan tellen deze ieder voor een achtste mee in de kernindicator. Zo krijgen de indicatoren indirect verschillende wegingen, afhankelijk van de kernindicator en pijler waarin zij zijn ondergebracht.

Het doel van deze indeling is het realiseren van een valide cultuurindex, die verschillende thema's in kaart brengt en zo min mogelijk wordt vertekend door de mate waarin statistieken beschikbaar zijn.

Indexering

Met indexcijfers worden ontwikkelingen uitgedrukt als verschillen ten opzichte van het basisjaar. Het is daarom van groot belang vast te stellen of dit basisjaar in enig opzicht uitzonderlijk was. In 2005 was er geen sprake van een economische recessie, noch van grote veranderingen in het cultuurbeleid van overheden. De digitalisering was reeds aan de gang en zette verder door, en maakte dan ook geen plotselinge ontwikkeling door. 2005 was in bredere maatschappelijke context geen bijzonder jaar en zodoende geschikt als basisjaar voor de Cultuurindex Nederland.

Een nadeel van indexering is dat bij groei vanaf een laag beginpunt tot een fors indexcijfer voor één indicator, ook de betreffende kernindicator en pijler omhoog worden getrokken. Dit is bijvoorbeeld het geval bij het zeer sterk gestegen aandeel exportwaarde van muziek van Nederlandse artiesten in de totale exportwaarde, van slechts 0,012 procent in 2005 tot 0,037 procent in 2013. Het bijhorende indexcijfer is extreem hoog – 317 – en heeft een grote invloed op de uitkomst van de pijler Concurrentie: 126. Zonder deze indicator zou de pijler Concurrentie op 108 uitkomen. Dit is een gevolg van het geïndexeerd bundelen van cijfers en toont aan dat het noodzakelijk is de specifieke achterliggende cijferreeksen te duiden en in perspectief te zien.

Nieuwe kernindicator Draagvlak

Een opvallende maar ook wat problematische stijging doet zich voor bij de (nieuwe) kernindicator Draagvlak. De cijfers in de Cultuurindex Nederland duiden op een groeiende inzet van vrijwilligers voor cultuur, terwijl deze ontwikkeling in recente SCP-cijfers geen bevestiging vindt (Ministerie van OCW 2015). Een verklaring kan zijn dat dezelfde mensen op meer plekken vrijwilligerswerk zijn gaan doen: er wordt dan op meer plekken inzet geregistreerd, maar het aantal mensen dat zich als vrijwilliger voor cultuur inzet, is niet toegenomen. De kernindicator dient bovendien met voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd vanwege de eerder genoemde invloed van één uitzonderlijk hoge gift op het totale geschatte bedrag aan financiële giften van huishoudens. Zonder deze donatie is geen stijging in private giften zichtbaar, net zo min als in recente SCP-cijfers (Ministerie van OCW 2015). Zeker op dit punt van draagvlak, cruciaal in het huidige tijdsgewricht, is met de cijfers uit de cultuurindex het laatste woord nog niet gezegd (zie ook Lahaut et al. 2015). •

Literatuur

Lahaut, D. A. van den Broek en K. van Eijck (2015) 'Tweede editie Cultuurindex Nederland: kerngegevens over de culturele sector 2005-2013 per pijler en per sector'. In: *Boekman*, jrg. 27, nr. 105, 4-13.

Ministerie van OCW (2015) *Cultuur in beeld: 2015*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Noot

1 Er wordt in de cultuurindex overigens niet gecorrigeerd voor bevolkingsgroei.

•

Dankwoord

De tweede editie van de Cultuurindex Nederland kon er komen dankzij de inspanningen en steun van een groot aantal personen en instellingen die op verschillende manieren hebben bijgedragen (zie www.cultuurindex.nl). Voor deze publicatie bedanken wij in het bijzonder een leescommissie – bestaande uit Heleen Tersteeg, Gerhard Jan Nauta en Henk Vinken – voor hun waardevolle commentaren op conceptteksten. Daarnaast zijn wij de volgende partijen bijzonder erkentelijk voor het aanleveren van cijfers voor de Cultuurindex Nederland 2015:

APE Onderzoek & Advies
Artfacts.net
Organisatieadviesbureau Berenschot
Boekmanstichting
Buma/Stemra
CentERdata
Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)
Cultuurconnectie
Erasmus Universiteit Rotterdam, Erasmus School of History, Culture and Communication
GfK Retail & Technology
Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD)
Koninklijke Bibliotheek
Koninklijke Boekverkopersbond (KBb)
Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB)
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW)
Mondriaanfonds
Nederlandse Galerie Associatie (NGA)
Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB)
Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF)
Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI)
Perfect & More BV
Pictoright
Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA)
Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE)
Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP)
Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB)
Stichting Filmonderzoek
Stichting Literaire Rechten Auteurs (LIRA)
Stichting ter Exploitatie van Naburige Rechten (SENA)
TNO
Vereniging Hogescholen
Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF)
Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB)
Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD)
Vereniging Vrije Theaterproducenten (VVTP)
Vrije Universiteit Amsterdam, Filantropische Studies

Zonder de financiële steun van de volgende fondsen hadden de Cultuurindex Nederland en deze publicatie evenmin kunnen worden gerealiseerd.

PRINS BERNHARD CULTUURFONDS
De kunst van het geven

Stichting GO FONDS
ontwikkeling van de informatiedienstverlening

Figuren en infographics

Figuren

Figuur 1. Opbouw Cultuurindex Nederland in pijlers en kernindicatoren
Figuur 2. Ontwikkelingen in de vier pijlers van de Cultuurindex Nederland, 2005-2013
Figuur 3. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Capaciteit, 2005-2013
Figuur 4. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Participatie, 2005-2013
Figuur 5. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Geldstromen, 2005-2013
Figuur 6. Indexcijfers pijler en kernindicatoren Concurrentie, 2005-2013
Figuur 7. Indexcijfers van enkele indicatoren podiumkunsten, 2005-2013
Figuur 8. Indexcijfers indicatoren muziekmarkt, 2005-2013
Figuur 9. Indexcijfers indicatoren beeldende kunsten, 2005-2013
Figuur 10. Indexcijfers indicatoren markt voor algemene boek, 2005-2012
Figuur 11. Indexcijfers indicatoren bibliotheken, 2005-2013
Figuur 12. Indexcijfers indicatoren musea en BIS-presentatie-instellingen, 2005-2013
Figuur 13. Indexcijfers indicatoren rijks-monumenten en beschermde stads- en dorpsgezichten, 2005-2013
Figuur 14. Indexcijfers indicatoren film, 2005-2013

Infographics

Muziek- en boekenmarkt in Nederland 2005-2013
Musea in Nederland 2005-2013
Bioscoopsector Nederland 2005-2013

Colofon

Auteurs
Dimitri Lahaut, Kimberly van Aart

Redactie
Ineke van Hamersveld, André Nuchelmans

Eindredactie en correctie
Taalbureau IJ, Amsterdam

Vormgeving
Joseph Plateau, Amsterdam

Productie
André Nuchelmans

Infographics
Kimberly van Aart
gemaakt in Piktochart

www.cultuurindex.nl

Cultuurindex Nederland biedt een unieke, nationale reflectie op de staat van cultuur op basis van meer dan 80 indicatoren. Gegroepeerd in aanbod, vraag, financiering en concurrentie, presenteert de cultuurindex statistieken over zowel commerciële als non-profit sectoren. Eens per twee jaar verschijnt *De Staat van Cultuur*, waarin het omvangrijke palet aan cijfers bij elkaar wordt gebracht, en inzichten worden gedeeld met cultuurvelden, overheden en wetenschappers.

De Staat van Cultuur 2 is een duo-uitgave met *Boekman 105: Culturele koersen*. *Boekman* is hét Nederlands forum voor kunst, cultuur en beleid. Het tijdschrift brengt wetenschap, openbaar bestuur, diverse culturele sectoren, kunstenaars en kunstliefhebbers met elkaar in contact.

De Staat van Cultuur 2 en tijdschrift *Boekman* zijn uitgaven van de Boekmanstichting.

www.boekman.nl

Alle rechten voorbehouden.
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.
Al het mogelijke is gedaan om rechthebbenden van beeld te achterhalen. Indien u meent over auteursrechten te beschikken van beeld in deze publicatie, kunt u contact opnemen met de Boekmanstichting in Amsterdam.

Amsterdam, juli 2016, tweede herziene editie