

## CONCURRENEN MET CULTUREEL SUBSIDIEGELD MAG...?

**Kunst en economie; de Nederlandse overheid probeert deze twee steeds meer met elkaar te verbinden. Nota op nota verschijnt en er wordt bij de gesubsidieerde kunstinstellingen aan alle kanten op aangedrongen zich als ondernemer op te stellen. Dit tot grote ergernis van bedrijven die al jaren commercieel actief zijn in de culturele sector en nu geconfronteerd worden met concurrentievervalsing. Juist de echte ondernemers zijn de dupe van het ondoordachte beleid van de overheid.**

Iedereen die zich met kunst en cultuur bezighoudt, inclusief cultuurbepalend Den Haag, neemt al geruime tijd regelmatig de term cultureel ondernemerschap in de mond. Met het verschijnen van de nota *Een ondernemende cultuur* in 1999 werd het begrip voorgoed verankerd in het Nederlandse cultuurbeleid. In 2005 wordt in de brief *Ons Creatieve Vermogen*, een gezamenlijke notitie van minister Brinkhorst en staatssecretaris Van der Laan, nog eens aangegeven wat het belang is van ondernemerschap in de ontwikkeling van de creatieve industrie.

De boodschap is dat kunstenaars zich meer als ondernemer moeten opstellen en naar hogere eigen inkomsten moeten gaan streven. Voor een levendig kunstklimaat is een gezonde portie ondernemerschap alleen maar wenselijk. Het lijkt er echter op dat de beleidsmakers geen heldere visie hebben op wat ondernemerschap precies inhoudt. Het heeft iets te maken met het gericht zijn op een afzetmarkt, zo lezen we in *Ons Creatieve Vermogen*. Eigen inkomsten zijn belangrijk, net als het minder afhankelijk zijn van subsidies. Maar daarna stopt de uitwerking van het belang van het introduceren van meer marktwerking. Woorden als ruilhandel, concurrentie en concurrentievervalsing komen niet of nauwelijks voor in de verschillende beleidsstukken. En juist daar wringt de schoen. Want zijn dit niet de kernbegrippen voor marktwerking en daarmee de randvoorwaarden voor ondernemerschap?

Door het negeren van deze essentiële aspecten van een markt dreigt de overheid echte ondernemers in de culturele sector juist geen dienst te bewijzen. Het probleem zit vooral in het concurrentieprincipe.

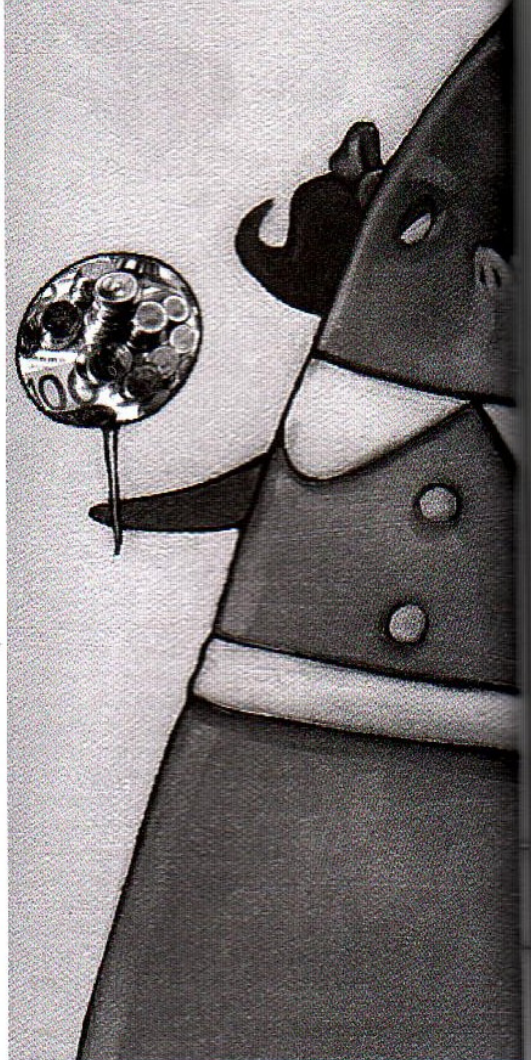
In een normaal werkende markt heeft iedereen gelijke kansen. Op basis van de wetten van vraag en aanbod kunnen consumenten beschikken over een pakket van diensten en producten die in hun behoeften voorzien. Sommige zaken worden door de 'maatschappij' – lees: overheden – als noodzakelijk beschouwd, zoals openbaar vervoer dat bijna overal komt. Als dat niet commercieel te regelen is, springt de overheid bij, in de vorm van subsidies. Dat dit de markt eigenlijk verstoort, nemen wij voor lief. Dat hebben we zo afgesproken. Wel wordt er over het algemeen goed gekeken of subsidiëring de gelijke kansen van alle aanbieders niet aantast en worden er daar-

om voorwaarden aan verbonden. Het lijkt er echter op dat in de kunsten andere regels gelden. Binnen de kunstenwereld mag een gesubsidieerde organisatie onder het mom van cultureel ondernemerschap zonder enig bezwaar de strijd aanbinden met organisaties die het zonder overheidssteun moeten doen. Het ministerie lijkt deze concurrentievervalsing te ontgaan; het steekt zelfs geld in nieuwe projecten die de markt verder uit evenwicht brengen. De NMa (Nederlandse Mededingings Autoriteit) kijkt toe, maar kan niet ingrijpen zolang de wetten niet aangepast worden. En zo blijft marktwerking in de kunsten, ondanks alle mooie voornemens van de verschillende overheden met betrekking tot cultureel ondernemerschap, een illusie. In het onderstaande wordt dit geïllustreerd aan de hand van twee voorbeelden uit de podiumkunsten: het project Topstukken en het Nederlands Uitburo.

### TOPSTUKKEN

In het voorjaar van 2005 komen de grote gesubsidieerde toneelgezelschappen samen met een aantal grote Nederlandse theaters naar buiten met het 'Topstukken' project. Met een sloot extra subsidiegeld van onder meer het Fonds voor Podiumprogrammering en Marketing, een overheidsfonds, worden er tournees georganiseerd van vier voorstellingen die in staat zouden moeten zijn om een groot publiek te interesseren. Die producties staan een aantal dagen achter elkaar in de grotere schouwburgen. Ondertussen wordt dit project ondersteund door een grote reclamecampagne. Posters en advertenties duiken overal op, in abri's en publiekstijdschriften. Het is nog te vroeg om te bepalen of deze aanpak werkt. Het eerste jaar van Topstukken is nog in volle gang. Maar iedereen is het er over eens dat het mooi zou zijn als dit project erin slaagt om meer publiek voor toneel naar de schouwburgen te krijgen.

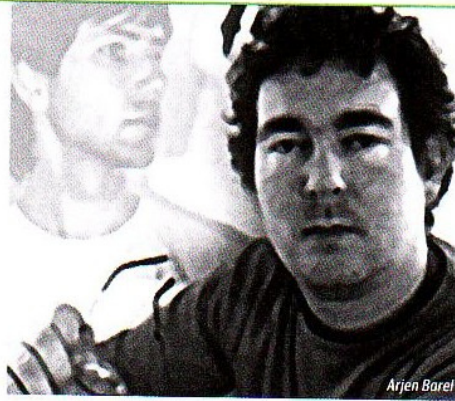
Een aantal mensen binnen de theaterwereld zet echter grote vraagtekens bij deze aanpak. Want worden de gezelschappen die aan dit project deelnemen niet al gesubsidieerd om juist dit te doen? De theaterjournalisten Hein Janssen (in *de Volkskrant*) en Pieter Bots (in het *Boekmancahier*) merken op dat er tegenwoordig niet zoveel kwalitatief verschil meer is tussen het (grote zaal) toneel van de gesubsidieerden en de vrije producenten. Sterker nog: zij



somden een aantal voorstellingen van de vrije producenten op (voorstellingen waar nauwelijks belastinggeld mee gemoeid is) die zij aanmerkelijk interessanter vonden dan wat de grote gesubsidieerde gezelschappen de afgelopen jaren gemaakt hebben.

Zonder te diep in deze artistieke discussie te duiken, is het wel vreemd dat gesubsidieerde organisaties nog meer geld krijgen om te doen wat de niet-gesubsidieerden al lang op eigen kracht aan het realiseren zijn.

Gevaarlijker nog is dat de kans bestaat dat de gesubsidieerden met dit extra geld de vrije producenten uit de markt drukken. Een schouwburgdirecteur moet tegenwoordig immers met steeds minder geld toe en kiest dus het liefst voor zoveel mogelijk kwaliteit



gebeurt niet alleen op het podium maar ook aan de faciliterende kant van de podiumkunsten. Sinds augustus 2004 is bijvoorbeeld het gesubsidieerde Nederlands Uitburo (NUB) actief in de promotie van de kunsten. Een van de activiteiten die het buro heeft opgepakt is het verzamelen van alle voorstellingen en concerten in heel Nederland in één database. 'Hoog tijd dat dat eens gebeurt,' stelden de initiatiefnemers. Over het hoofd werd gezien dat verschillende commerciële bedrijven, waaronder het Amsterdamse bedrijf On Stage, al jaren de gegevens van alle voorstellingen en concerten in een database stoppen en via internet beschikbaar stellen.

Zij verkopen die gegevens ook aan bedrijven die willen beschikken over een agenda, waaronder het NRC Handelsblad, het Algemeen Dagblad en Ikhovantheater.nl. Inmiddels is het NUB ook begonnen met het verkopen van haar data. Afnemers van de commerciële aanbidders worden actief benaderd en verleid tot een overstap. In een gezonde concurrentiesituatie een normale gang van zaken. Echter, waar de reeds bestaande bedrijven volledig commercieel werken en geen beroep doen op gemeenschapsgelden, wordt het NUB ondersteund met geld van onder meer het Ministerie van OCenW. Bovendien ontvangt het via de banden met het Amsterdams, Rotterdams en Haags Uitburo ook nog eens indirect geld van verschillende gemeentes. Kortom, met belastinggeld wordt de concurrentie met commerciële partijen aangegaan. En dit is maar een voorbeeld, want ook op andere vlakken, bijvoorbeeld kaartverkoop, zijn er soortgelijke bewegingen waar te nemen. Dit zou in vrijwel geen enkele andere bedrijfssector geaccepteerd worden, maar binnen de culturele sector zijn er maar weinigen die dit een vreemde gang van zaken lijken te vinden.

#### NMA AAN DE ZIJLIJN

Je zou toch denken dat dit soort concurrentievervalsing met subsidiegeld niet mag. Navraag bij onder meer de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) leert echter dat er weinig tot niets aan te doen is. Er is immers geen sprake van kartelvorming of misbruik van een monopoliepositie en verder reikt de controlerende macht van de NMa niet. Een klacht indienen heeft daarom geen zin, deze wordt op formele gronden niet in behandeling genomen.

Wel weet de NMa te vertellen dat er wetgeving in de maak is om dit soort praktijken te voorkomen. Het ministerie van Economische Zaken is deze aan het voorbereiden, maar niemand weet hoe lang dat nog gaat duren. En zo blijft deze paradoxale situatie bestaan, met aan de ene kant een overheid die roept dat de culturele wereld zich meer als ondernemer moet opstellen en andere kant een overheid die met het subsidie-instrument de markt beïnvloedt en daarmee concurrentievervalsing in de hand werkt. Wil er echt een omslag komen naar cultureel ondernemerschap dan zal de overheid voorwaarden moeten scheppen om dit ook werkelijk te ondersteunen. En waar het scheppen van voorwaarden meestal gepaard gaat met een extra financiële injectie zijn culturele ondernemers nu juist gebaat bij een terugtrekkende overheid. Het wordt daarom tijd dat het ministerie van OCenW, liefst in samenwerking met Economische Zaken, echt keuzes gaat maken. Het zal actie moeten ondernemen als het wil dat deze scheve verhoudingen uit de wereld worden geholpen en de culturele wereld gezond mee ontwikkelt naar een sterkere marktpositie.

#### Arjen Barel

directeur Bureau Barel  
ondernemer in de culturele sector  
arjen@bureaubarel.nl



voor zo min mogelijk geld. De opbrengsten van de Topstukken zijn gegarandeerd omdat het risico gedekt wordt met de extra subsidie. Hiermee valt dit duidelijk onder het kopje concurrentievervalsing.

De kunstredactie van *Spits* dook hier na het verschijnen van de persberichten op en een aantal vrije producenten liet zich in deze krant kritisch uit over het project. Wellicht overtuigd van de eigen kracht vreesde niemand direct voor zijn eigen winkel, maar bezorgdheid klonk wel door in hun woorden. Van de subsidiënten van Topstukken werd hierop geen reactie vernomen.

#### HET NEDERLANDS UITBURO

Concurrentievervalsing met subsidiegeld