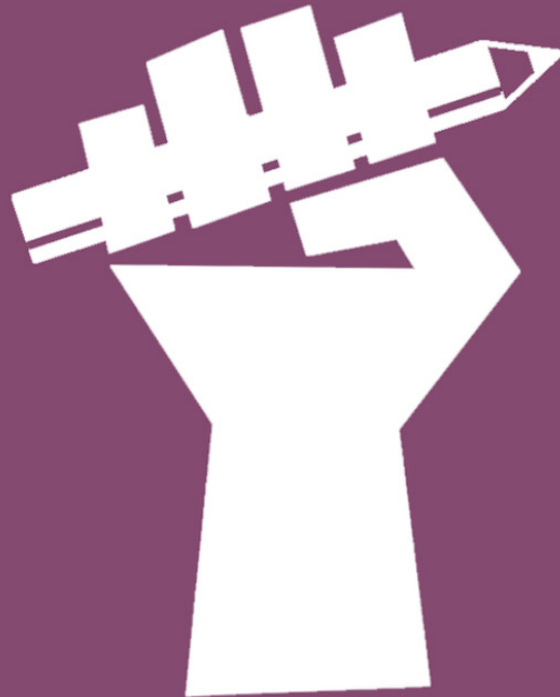


MANIFEST #CREATIVEREVOLUTION

BRAENWORKS ACADEMY



#creativerevolution

Teken jij ook voor een creatieve revolutie?

Creativiteit is niet alleen de basis van cultuur, artistieke disciplines en kunstenaarschap. Creatieve ideeën veranderen de wereld. In deze tijd waarin we transformeren naar een digitale kennissamenleving is creativiteit de kern van innovatie op alle denkbare vlakken in onze maatschappij.

Als het dan zo ongelooflijk belangrijk voor ons is, kennen wij dan wel de juiste waarde toe aan creativiteit? En stellen wij creatieve mensen genoeg in staat

om waardevol te kunnen bijdragen aan onze wereld?

De creatieve sector in Nederland kampt namelijk met een groot probleem.

Aan de ene kant groeit de sector snel¹.

Aan de andere kant blijven inkomens van kunstenaars en cultureel creatieven structureel dalen. Er wordt steeds meer werk aangeboden van hoge kwaliteit maar de makers zien er steeds minder inkomsten voor terug.

In het onlangs verschenen rapport "Passie gewaardeerd" slaan de SER

en de Raad voor Cultuur alarm².

Zij constateren een (te) hoog percentage flexibel werkenden (ZZP en tijdelijk), en (te) veel mensen die in de creatieve sector blijven werken terwijl ze er nauwelijks iets verdienen. En de waarde die de sector creëert, komt lang niet altijd bij de makers terecht.

Braenworks, creative business community, en ondergetekenden menen dat er daarom een radicale verandering nodig is in ons denken over de exploitatie van creativiteit.

¹ Monitor Creatieve Industrie 2016

² SER/RvC rapport 'Passie Gewaardeerd', april 2017

MANIFEST #CREATIVEREVOLUTION

Van afhankelijkheid naar eigenaarschap

Omdat creativiteit zo belangrijk is voor de wereld waarin wij leven, zouden we het niet meer als normaal moeten beschouwen dat een creatieve professional weinig tot niets verdient. Dit begint bij creatieven zelf, die iets zeer waardevols bezitten. Vanuit een versterkt bewustzijn dat je als creatief individu 'eigenaar' bent van jouw creativiteit kan het besef groeien dat het volledig uit handen geven van exploitatie van die creativiteit niet noodzakelijk de enige weg is.

Gecreëerde waarde komt nu niet op een eerlijke manier terecht bij de makers. Dit komt voornamelijk doordat we de macht laten doorslaan naar partijen die waarde toevoegen verderop in de keten. Partijen zoals mediabedrijven, agentschappen, theaterproducenten, muziek- en filmmaatschappijen. En partijen zoals Youtube en Facebook.

Deze partijen stellen dat hun toegevoegde waarde ligt in het bereiken van een groot publiek en zij menen daarvoor een grote claim (oplopend tot wel 85%) te kunnen leggen op de gebruiks- en eigendomsrechten. In de digitale kenniseconomie worden die claims alleen nog maar belangrijker. Is het dan niet zeer wenselijk en urgent dat we alternatieve verdienmodellen voor creatieve professionals gaan verkennen?

Daarnaast gaat nu veel waardevolle creativiteit verloren. Econoom Sherwin Rosen had het begin van de jaren '80 al over 'superster-markten'³: markten waarin al het inkomen naar de meest talentvolle, meest bekwame en best presterende lieden vloeit. En hoe beroemder je wordt, hoe meer je verdient. We zien als maatschappij dus eigenlijk maar een topje van de ijsberg. Hoe zou de wereld eruitzien als alle goede creatieve ideeën bestaansrecht verwierven?

We hebben dus een nieuwe mindset nodig, die als uitgangspunt neemt dat je als creatief persoon 'eigenaar' bent van jouw creativiteit. Waarbij we veel meer als ondernemers gaan denken en ons minder afhankelijk maken van andere partijen in de keten.

Scholing en coaching zijn key

Wij geloven dat deze omslag mogelijk is. Sterker nog, wij zien steeds meer creatieve mensen om ons heen die zich bewust worden van hun (economische) potentieel en daar ook naar handelen. Uitgerust met relevante kennis zorgen zij dat zij wel een eerlijke vergoeding ontvangen voor de door hen gecreëerde waarde. De juiste scholing en coaching is daarbij essentieel.

Veel creatieve opleidingen bieden inmiddels modules aan die gericht

zijn op ontwikkeling van zakelijke vaardigheden. Ook worden zakelijke coachingstrajecten voor creatieven aangeboden door gespecialiseerde bureaus. Maar volgens ons sturen deze leertrajecten nog te vaak aan op deelname aan de spreekwoordelijke 'superster-stoelendans, en dus 'afhankelijkheid'. Ze zijn nog te veel gericht op exploitatie van creativiteit "oude stijl". Er wordt te weinig aangestuurd op innovatie en zelfstandig ondernemerschap.

Ook houden ze zelden rekening met het specifieke DNA van creatieven. Vaak ervaren creatieve mensen de zakelijke aspecten van hun werk als een noodzakelijk kwaad, iets waar ze geen tijd voor hebben en hun creativiteit in de weg zit. Dit moeten zij eerst onder ogen zien voordat een passend businessplan kan worden ontwikkeld en uitgevoerd. In huidige scholingstrajecten wordt daar nog te weinig aandacht aan besteed. Er wordt te vaak uitgegaan van de passie voor ondernemen als motivatie. Dat is letterlijk het tegenovergestelde van wat veel creatieven voelen als ze denken aan ondernemerschap.

Van passie naar zakelijk succes

In april 2016 adviseerde de Raad voor Cultuur de overheid om extra in ondernemerschap te investeren in de culturele en creatieve sector⁴. Een goede

³ The economics of superstars, Sherwin Rosen, 1981

⁴ Advies rapport aan minister Bussemaker van OC&W, Raad voor Cultuur, 11 april 2016

MANIFEST #CREATIVEREVOLUTION

zaak maar ook de creatieve sector zelf is aan zet. Wij willen bijdragen aan een wereld waarin creatieve mensen een eerlijke vergoeding ontvangen voor de waarde die zij creëren. Daarom gaan wij in januari 2018 een nieuwe 'business school for creative minds' starten, de Braenworks Academy. Wij denken daarmee in een grote behoefte te voorzien.

Ondanks dat wij op een lijn zitten met de Raad voor Cultuur wat betreft het ondersteunen van ondernemerschap, verschillen wij sterk in de visie die daaraan ten grondslag ligt. De Raad voor Cultuur en de SER stellen namelijk dat mensen in de culturele en creatieve sector zo gepassioneerd zijn dat ze hun beroep blijven uitoefenen, ook als daarmee weinig inkomen wordt verworven. Dit versterkt volgens hen de disbalans tussen vraag en aanbod die toch al groot is doordat kunst en cultuur vaak worden geproduceerd zonder dat hier een directe vraag aan ten grondslag ligt⁵.

Wij denken dat creatieve personen niet vanuit passie zover gaan dat zij bijna voor niets werken. Maar dat dit vooral gebeurt omdat de 'superster-markten' blijven bevestigen dat het eindeloos aanbieden van werk 'voor niets' uiteindelijk tot een positief resultaat kan leiden.

Er is tenslotte maar één creatie nodig die via diverse schakels in de keten een publiek bereikt dat groot genoeg is. De economische waarde van die creatie stijgt dan ineens flink.

Braenworks Academy ziet passie juist als een kracht om de scheve markt van vraag en aanbod meer in balans te brengen. We willen creatieve mensen in staat stellen om vanuit hun passie tot (schaalbare) producten en diensten te komen die duurzame inkomsten kunnen opleveren. Deelnemers worden in modules gecoached op persoonlijke groei door diverse professionals. Daarnaast leren zij onorthodoxe manieren kennen om hun creativiteit commercieel te exploiteren.

Wat het leertraject extra bijzonder maakt is dat dit volledig is ontstaan vanuit de grassroots van de creatieve sector. Initiatiefnemer Kevin de Randamie verzamelde alle geleerde lessen vanuit zijn eigen carrière als artiest (Blaxtar), manager (o.a. Typhoon) en cultureel ondernemer en besloot die te delen met andere creatieve professionals. Dit leidde tot een succesvolle pilot in 2016.

En nu?

Wij doen een oproep aan alle creatieven, organisaties in de creatieve sector, politici en beleidsmakers:

- Investeer in scholing en ondernemerschap en schep ruimte voor creatieven om te experimenteren met nieuwe verdienmodellen. Anders kunnen alleen de 'supersterren' zich hierin staande houden.
- Neem de passie van creatieven als startpunt bij het bedenken van oplossingen en maatregelen en beschouw het niet als een obstakel. Passie om te willen blijven creëren is niet de oorzaak van een disfunctionerende markt van vraag en aanbod. Het is juist een kracht om de markt meer in balans te brengen.
- Durf buiten geijkte kaders te denken en stel gangbare exploitatievormen van creativiteit ter discussie. Zo kan daadwerkelijke vernieuwing ontstaan.

De initiatiefnemers stellen graag ook andere creatieven en organisaties in staat om hun support voor onze visie en de start van de Braenworks Academy kenbaar te maken.