



BELEIDSNOTITIE
2021–2024

VERBREDING, VERSTEVIJING & VERDIEPING



De NAPK als zelfbewuste
en deskundige voortrekker
in onbestendige tijden

INHOUDSOPGAVE

	Voorwoord	2
<hr/>		
Hoofdstuk 1	Onbestendige en uitdagende tijden	3
	1.1 Inleiding	3
	1.2 Trends in de samenleving	4
<hr/>		
Hoofdstuk 2	Waar staan we als vereniging?	7
	2.1 Inleiding	7
	2.2 De NAPK in 2021	7
	2.3 Succesvolle verenigingen	9
	2.4 Beleidslijnen	10
<hr/>		
Hoofdstuk 3	Uitwerking van de verschillende doelen van de NAPK	12
	3.1 De NAPK als vereniging	12
	3.2 De NAPK als werkgeversorganisatie	13
	3.3 De NAPK als belangenbehartiger	14
	3.4 De NAPK als inspirator en innovator	15
<hr/>		
	Slotwoord	16
<hr/>		
Bijlagen	1 – Activiteiten NAPK 2021 - 2024	17
	2 – Organisatie van de vereniging	24

NAPK BELEIDSNOTITIE 2021-2024 VERBREDING, VERSTEVIGING & VERDIEPING

De NAPK als zelfbewuste en deskundige voortrekker in onbestendige tijden

Voorwoord

‘Wij zijn de enige dieren die dingen verzinnen, die de duisternis ontvluchten met verhalen, die dankzij vertellingen leren leven met chaos, die de smeulende as van de vuren aanwakkeren met de lucht van woorden, die lange afstanden afleggen om verhalen naar vreemden te brengen. En als we dezelfde verhalen delen, zijn we niet langer vreemden.’

— uit *Papyrus, een geschiedenis van de wereld in boeken* van Irene Vallejo

Bovenstaande citaat geeft in mijn beleving treffend weer wat het belang en de reikwijdte van gedeelde verhalen zijn. Podiumkunstproducenten zijn de verhalenvertellers pro forma. Als geen ander weten zij eeuwenoude en hedendaagse verhalen te transformeren naar een gedeelde ervaring die beroert, prikkelt, inspireert en ontregelt. Niet alleen in taal, ook in muziek, beweging, vormgeving, geluid en enscenering. De afgelopen anderhalf jaar zijn de podiumkunsten door de coronacrisis geraakt in de kern van hun wezen; de gedeelde ervaring viel weg. Tegelijkertijd bleef het vermogen om verhalen over te brengen, te beroeren, prikkelen en inspireren overeind via kleinschalige theatrale en muzikale ontmoetingen en online presentaties. Daarmee zijn de podiumkunsten onverminderd relevant, ook in een toekomst die steeds digitaler zal worden.

Als bureau zijn wij dankbaar en trots dat wij in de afgelopen roerige maanden van betekenis konden zijn voor onze leden. Nu de coronacrisis in een andere fase komt, richten we ons samen met de leden op de toekomst. In deze beleidsnotitie beschrijven we de ambities van de vereniging voor de komende jaren. Naast de collectieve en individuele dienstverlening op het vlak van arbeidszaken en belangenbehartiging die de leden van ons gewend zijn, gaan we de komende jaren een steviger positie innemen in het publieke debat. Juist om in tijden van ‘chaos en smeulende vuren’ de intrinsieke en maatschappelijke waarde van de podiumkunsten uit te dragen, om zo de positie van verhalenvertellers nu en in de toekomst te verstevigen. Het brengen van ‘gedeelde verhalen’ is geen overbodige luxe. Maatschappelijk gezien staan we voor vele uitdagingen. Zoals in ieder tijdgewricht bieden podiumkunsten bespiegeling en reflectie op wat het betekent om mens te zijn, en dit is van grote waarde in de massieve transitie waar we voor staan. Graag leveren wij ook de komende jaren als vereniging een bijdrage aan een professionele en innovatieve podiumkunstensector die aansluit op thema’s die leven in de samenleving.

Mirjam Terpstra,
directeur

ONBESTENDIGE EN UITDAGENDE TIJDEN

1.1 INLEIDING

Na een roerige anderhalf jaar maken we als vereniging de balans op van een crisis die onze samenleving op haar grondvesten heeft doen schudden. Twee jaar geleden had vrijwel niemand kunnen bedenken dat er een pandemie zou komen, de anderhalvemetersamenleving de nieuwe norm zou worden, winkels en uitgaansgelegenheden voor langere tijd gesloten zouden zijn en dat we massaal thuis zouden gaan werken. Nu een groot deel van de volwassen bevolking gevaccineerd is en publieke locaties weer (beperkt) open zijn, gloort een terugkeer naar het 'oude' normaal. Tegelijkertijd heeft de pandemie existentiële vragen opgeroepen, die nog lang zullen doorklinken. Solidariteit en sociale (on)gelijkheid zijn thema's die de afgelopen maanden hoog op de politieke agenda zijn komen te staan. De crisis bleek laagopgeleiden en freelancers onevenredig hard te raken. Kinderen uit kansarme gezinnen liepen grotere leerachterstanden op dan kinderen van kansrijke gezinnen. Leefstijl en leeftijd bleek in hoge mate van invloed op de overlevingskansen in geval van een coronabesmetting. Daarnaast kwam de funeste invloed van populistisch denken in combinatie met complottheorieën verhevigd aan het licht. In eigen land werd zichtbaar dat bepaalde groepen zich afkeren van de samenleving vanwege verminderd vertrouwen in de overheid, media en instituties.

Ondanks deze zorgelijke ontwikkelingen werd ook duidelijk dat onze maatschappij een stootje kan hebben en dat we allemaal veel flexibeler zijn dan we dachten. De regering kwam met een omvangrijk steunpakket, waardoor de economische schade in ons land zoveel mogelijk beperkt werd. Organisaties gingen moeiteloos over op videobellen, de podiumkunsten switchten met succes naar online voorstellingen en concerten. Noodgedwongen pasten we onze vrijetijdsbesteding aan. In plaats van een avondje kroeg of een concert maakten we een wandeling in de natuur. Dit bracht verdieping en bezinning, veel mensen werden zich ervan bewust dat ze deze rust eigenlijk wel prettig vonden na jarenlang continu 'aan' staan. Het was zeker niet makkelijk, maar langzaam aan vinden we met vallen en opstaan onze weg in deze nieuwe werkelijkheid.

Nu staan we op de overgang naar een leven dat in de nabije toekomst hopelijk niet meer door corona gedomineerd wordt. Tegelijkertijd zal onze podiumkunstensector naar verwachting nog langere tijd te maken hebben met de gevolgen van deze impactvolle crisis. De komende jaren zal zichtbaar worden wat de daadwerkelijke schade van de crisis is op de financiële draagkracht van de sector, en wat de immateriële gevolgen van langdurige sluiting van podia zijn voor de relatie met publiek, scholen en politiek. Dit brengt de nodige uitdagingen met zich mee voor onze leden en het bureau.

Op het moment van schrijven zijn er nog veel onzekerheden over het verloop en de gevolgen van de coronacrisis. De meeste wetenschappers verwachten dat het COVID-19 virus op den duur endemisch zal worden, maar dat de weg daar naar toe lang zal zijn en met horten en stoten zal gaan¹. Een andere onzekere factor is welke regering we gaan krijgen en wanneer. We hebben nu al geruime tijd te maken met een demissionair kabinet dat alleen lopende zaken afhandelt en geen nieuw beleid ontwikkelt. Met dit in ons achterhoofd kijken we naar een aantal trends in de samenleving² en proberen te duiden op welke manier deze van invloed gaan zijn op de podiumkunsten en onze vereniging.

Sociaal contract onder druk

De legitimiteit van het gezag van de overheid over de burgers is gebaseerd op het zogenaamde sociaal contract³. Afgelopen jaar kwam het sociaal contract tussen maatschappij, overheid en ondernemingen op meerdere vlakken onder druk te staan, mede door COVID-19. Denk aan de maatschappelijke protesten met betrekking tot het klimaat, sociale ongelijkheid en discriminatie, de vertrouwenscrisis rond de Toeslagenaffaire, de roep om een nieuwe bestuurscultuur, maar ook de protesten tegen de coronamaatregelen. Deze maatschappelijke kloof is ontstaan omdat de overheid het afgelopen decennium steeds meer taken aan de markt over liet, onder het mom van de participatiesamenleving. Marktwerking en resultaatgericht werken werd in veel maatschappelijke domeinen het leidende principe. Ook de cultuursector heeft te lijden gehad onder een zich terugtrekkende overheid. Het afgelopen decennium zijn rijks- en gemeentesubsidies teruggelopen, is er meer nadruk gekomen op eigen inkomsten en is de arbeidsmarkt in hoge mate geflexibiliseerd. Het afgelopen jaar is pijnlijk zichtbaar geworden hoe kwetsbaar onze sector is in een crisis. De sector moet volgens de Raad voor Cultuur weer wendbaar en weerbaar worden⁴. Daarvoor zijn extra investeringen en nieuw beleid nodig.

Groei van maatschappelijk bewustzijn

Bewegingen als Black Lives Matter, Extinction Rebellion en de spraakmakende documentaire 'Klassen' over sociale ongelijkheid in het onderwijs laten zien dat er behoefte is aan nieuwe perspectieven op de samenleving en een meer inclusieve manier van denken. Een gevolg van dit groeiend maatschappelijk bewustzijn is dat organisaties meer en meer te maken krijgen met een kritische opstelling vanuit de maatschappij. Van organisaties wordt verwacht dat ze positief bijdragen en kwaliteit van leven centraal stellen. Dit vraagt om leiders met een brede belangstelling, integriteit en moed om transparant te willen zijn en verantwoording te willen en kunnen afleggen. Leiders die in staat zijn te verbinden, inspireren en betrekken, zorgen voor veiligheid in de organisatie en zich inleven in wat er speelt bij werknemers en andere stakeholders.

1 Bron: <https://www.nationalgeographic.nl/wetenschap/2021/02/we-zullen-waarschijnlijk-voorgoed-met-covid-19-moeten-leven>

2 Bron: onder andere www.managementimpact.nl

3 Het sociaal contract is de filosofie dat de legitimiteit van het gezag van de staat over het individu voortkomt uit een contract dat tussen beiden is afgesloten. Veelal is dit impliciet en wordt dit hypothetische contract in het verleden geplaatst.

4 Rapport 'Naar een wendbare en weerbare sector, verschenen 16 nov. 2020

Ook binnen de podiumkunsten zijn makers op zoek naar een nieuw narratief. Dit wordt zichtbaar in zowel het aanbod als in nieuwe organisatievormen en de wens om inclusie en fair practice in alle geledingen van de werkpraktijk door te voeren. Parallel aan deze discussie pleit de Raad voor Cultuur voor een ander meetsysteem voor culturele prestaties. Niet meer alleen kijken naar kwantitatieve (economische) resultaten, zoals bezoekcijfers en eigen inkomsten, maar veel meer naar de maatschappelijke bijdrage en impact die een culturele instelling in de eigen omgeving teweeg brengt.

Veranderingen samenleving

Mensen gaan zich steeds minder naar bezit profileren en meer naar ervaringen. Door de robotisering en automatisering van de maatschappij heeft de mens tijd over voor andere bezigheden. De vraag is waar we nu onze identiteit en geluk vandaan halen. Parallel daaraan zijn de keuzemogelijkheden in onze samenleving de laatste decennia enorm gegroeid. We mogen meer kiezen en tegelijkertijd moeten we ook meer kiezen, omdat het leven steeds meer draait om zelfverwerkelijking. Dit leidt tot keuzestress en *fear of missing out* met als gevolg een groei van het aantal burn-outs. Tegelijkertijd wordt de sociaalmaatschappelijke samenstelling van Nederland steeds pluriformer. De grote steden zijn reeds een *majority-minority society*, waar geen enkele etnische groep meer een absolute meerderheid vormt. Deze diversiteit brengt belangrijke vraagstukken met zich mee als: welke waarden binden ons als samenleving, hoe zorgen we voor gelijke kansen en evenredige representatie, hoe voorkomen we segregatie en polarisatie?

Vergrijzing is de komende jaren een grote uitdaging doordat het onder andere het zorg- en pensioenstelsel onder druk zet. Er is een grote kans dat de generaties na ons het minder goed zullen hebben dan wij. Dit zet de solidariteit tussen generaties onder druk.

Digitalisering

Door politieke verschuivingen, economische ontwikkelingen, maar vooral informatie-technologie en telecommunicatie lijken afstanden en tijdsverschillen er niet meer toe te doen. Digitale toepassingen zullen een steeds grotere rol spelen in ons leven. Dit roept zowel vragen op over gebruik en bezit van data en in hoeverre de privacy van gebruikers gewaarborgd is, als over in hoeverre *virtual* en *augmentend reality* (deels) de live ervaring kunnen aanvullen of vervangen. In de popmuziek zien we bijvoorbeeld de ontwikkeling dat overleden popsterren optreden in de vorm van een hologram. Deze trend zal zeker ook van invloed zijn op de podiumkunsten.

Door sociale media is de macht van de consument in de samenleving vergroot. Consumenten stellen negatieve ervaringen bij organisaties publiekelijk aan de kaak. Dit kan grote schade aanbrengen aan het imago van een organisatie. Tegelijkertijd maken digitale media het mogelijk om de kennis, kunde en creativiteit van een grote groep mensen te benutten om een doel te bereiken, het zogenaamde *crowdsourcing*. Consumenten worden bijvoorbeeld betrokken bij het ontwikkelingsproces van een product of evenement.

Het nieuwe werken in flexibele, zelfsturende teams

De komende jaren gaat de babyboomgeneratie massaal met pensioen. In veel sectoren in Nederland ontstaan daardoor tekorten aan gekwalificeerd personeel en vakmanschap. De negen-tot-vijf-cultuur is voor een toenemend deel van beroepsbevolking verleden tijd.

Door de digitaliseringsgolf en doorbraak van breedband en mobiel internet kan er worden gewerkt op plekken en momenten waarop het werknemers uitkomt. Corona heeft deze ontwikkeling versneld. In de huidige, snel veranderende samenleving moeten organisaties dynamisch zijn om zich aan te kunnen passen aan nieuwe ontwikkelingen. Een platte organisatie is flexibel waardoor sneller kan worden ingespeeld op ontwikkelingen. Dit sluit ook aan bij de bredere trend dat de samenleving in het algemeen gelijkwaardiger en minder hiërarchisch wordt. Mensen bewegen zich door veel verschillende netwerken en willen inspraak. Sociale innovatie, zoals zelfsturende teams en sturen op verantwoordelijkheid, zorgt voor nieuwe vormen van samenwerking, waardoor effectiever en efficiënter gewerkt kan worden. Binnen de vereniging zien we dit bijvoorbeeld terug in de toename van gezelschappen die als een collectief opereren.

Polarisatie en verharding van het publieke debat

Het publieke debat verhardt. Er is steeds minder plaats voor nuance, redelijkheid en het zoeken naar gemeenschappelijkheid. In plaats daarvan worden tegenstellingen steeds meer benadrukt en wordt de toon van het publieke debat feller. Verschillende tradities staan ter discussie. De tegenstanders vinden de tradities niet meer van deze tijd, terwijl voorstanders zich zorgen maken over de Nederlandse identiteit. Steeds meer mensen halen hun informatie van het internet en laten reguliere media links liggen. Hierdoor dreigen ze terecht te komen in wat Arjen Lubach treffend een 'fabeltjesfuik' noemt. Daardoor is het risico op tunnelvisie door desinformatie en *fake news* groter geworden. Dit draagt sterk bij aan polarisatie in de samenleving en roept de vraag op hoe we als samenleving kunnen toegroeien naar een nieuw gezamenlijk verhaal. Dit is mede van belang omdat bepaalde groepen burgers steeds minder vertrouwen hebben in de overheid door de perceptie dat de overheid geen consequent beleid voert. Zij neigen ernaar zich af te keren van de samenleving. Kunst en cultuur kunnen bij uitstek bijdragen aan dit nieuwe verhaal en reflectie bieden op bestaande en nieuwe maatschappelijke waarden.

WAAR STAAN WE ALS VERENIGING?

2.1 INLEIDING

Hoewel de coronacrisis voor de podiumkunstproducenten en de sector als geheel een drama was, heeft deze crisistijd het belang van de NAPK voor de leden, evenals de relatie met de overheid, versterkt. Allereerst hebben we ons als vereniging positief kunnen onderscheiden door actuele informatie te delen en collectieve en individuele ondersteuning te bieden in deze hectische tijd. Via digitaal overleg en het online platform Spots hebben we snel relevante informatie kunnen delen met en ophalen bij leden. Deze konden we vervolgens weer delen met belangrijke stakeholders. Door werkgroepen in te stellen op dossiers hebben we adequaat kunnen inspelen op actuele thema's. De versnelde digitalisering heeft ervoor gezorgd dat we makkelijker en vaker contact kunnen onderhouden met leden. Leden geven aan dat dit hen mentale steun heeft geboden en heeft geleid tot een (her)nieuw(d)e waardering voor het verenigingsverband.

De samenwerking met andere brancheverenigingen in de (podium)kunstensector is door corona in een stroomversnelling gekomen. Enerzijds was er een groot belang om met één stem naar buiten te treden richting politiek en media, wat geslaagd is via het samenwerkingsverband Taskforce Culturele en Creatieve Sector o.l.v. Kunsten '92. Anderzijds droeg de noodzaak om afspraken te maken met de podia over hoe we onderling willen samenwerken in deze crisistijd ertoe bij dat we nauwer zijn gaan samenwerken met de VSCD, VVTP, Vlakke Vloeren en Festivals onder de noemer Podiumkunsten Alliantie. Dit heeft niet alleen geleid tot concrete afspraken over de afwikkeling van door corona geannuleerde voorstellingen en vormgeving van het komende seizoen; het leidde ook tot een gezamenlijke position paper richting de formatie en de oprichting van een Denktank Post Corona.

2.2 DE NAPK IN 2021

De afgelopen twee jaar is de NAPK gegroeid van 104 (2019) naar 160 leden (oktober 2021). De aanwas van nieuwe leden zorgt voor een grotere diversiteit binnen de vereniging en een evenrediger representatie van het veld. Tegelijkertijd biedt het ook uitdagingen voor het bureau, waarvan de belangrijkste is: hoe blijven we relevant voor alle leden? We bouwen daarbij op een aantal sterke punten. De NAPK heeft een klein en flexibel team, beschikt over een actief en betrokken bestuur en wordt gezien als deskundig en betrouwbaar bij stakeholders. De onderlinge verbondenheid, de solidariteit en het vertrouwen binnen de vereniging zijn groot. Het bureau heeft goede samenwerkingsrelaties opgebouwd met Kunsten '92, Federatie Cultuur, PACCT en Podiumkunsten Alliantie.

De dienstverlening aan de leden is op een hoog peil (de leden geven deze gemiddeld een 8). De NAPK levert aantoonbaar een bijdrage aan professionalisering van de sector door mee te werken aan de arbeidsmarktagenda en actief te werken aan fair practice en een veilige werkomgeving.

Naast deze sterke punten zijn er ook de nodige aandachtspunten. Op dit moment is de NAPK meer dienstverlenend dan initiërend/inspirerend ingesteld. Het dienstverlenende werk vindt veelal achter de schermen plaats, waardoor we niet zo zichtbaar zijn in het publieke debat. Het bureau is klein en flexibel, dat maakt ons wendbaar maar zorgt er ook voor dat er weinig ruimte is voor innovatie. Een groot knelpunt is het gebrek aan actuele data, essentieel voor een goede onderbouwing van standpunten in de belangenbehartiging. In de beeldvorming richting jonge gezelschappen en nieuwe makers lopen we er tegenaan dat we gezien worden als vertegenwoordiger van de zogenaamde instituties. Ook zijn we als vereniging nog niet heel divers en ook inclusie is een aandachtspunt. De *critical friends* die we hebben aangetrokken houden ons scherp op dit vlak, maar zouden we nog meer kunnen benutten.

Lessen die we uit de afgelopen jaren hebben geleerd en die we meenemen naar de toekomst zijn:

- Persoonlijk contact met en tussen leden en het onderlinge vertrouwen is de basis van onze vereniging, we moeten er daarom voor zorgen dat iedereen zich gehoord blijft voelen binnen de vereniging. Dit vraagt om een breed scala aan ledenbijeenkomsten en een toegankelijk en makkelijk benaderbaar bureau.
- Versnippering en schaarstedenken maakt kwetsbaar, krachten bundelen loont, zie de positieve resultaten van de samenwerking binnen de Taskforce en Podiumkunsten Alliantie. De NAPK volgt maatschappelijke ontwikkelingen op de voet en realiseert zich dat je vernieuwing actief moet organiseren, soms tegen de stroom in. Dit geldt zowel voor nieuwe diensten als DIP als het bewustzijnsproces rond diversiteit en inclusie.

Contributiesysteem

Het huidige sociale contributiesysteem staat binnen de vereniging niet ter discussie: de sterkste schouders dragen de zwaarste lasten. Het basislidmaatschap bedraagt € 500,-, vermeerderd met een percentage van 0,6% van de structureel ontvangen overheidssubsidie met een maximum van € 25.000 per organisatie per jaar.

Naast de reguliere contributie dragen de leden ook collectief bij aan het Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten (DIP), een gezamenlijk project van VSCD, VVTP en NAPK waarmee efficiënter contracten en marketinggegevens tussen podia en producenten kunnen worden uitgewisseld. De DIP-bijdrage wordt berekend volgens een staffel en is afhankelijk van de hoogte van het contributiebedrag

Nu het aantal leden fors is gegroeid, stijgen de contributie-inkomsten en komt af en toe in ledenvergaderingen de vraag voorbij of de contributie niet omlaag kan. Dit lijkt voor de hand te liggen, maar een groeiend aantal leden betekent bijvoorbeeld ook een toename in aantal vragen en informatieverzoeken met name op het vlak van arbeidszaken. Daarnaast is de diversiteit binnen de vereniging groter geworden, wat vraagt om meer maatwerk op het gebied van belangenbehartiging.

Tot slot heeft de NAPK ambities om zich de komende jaren nog meer tot voortrekker, innovator en inspirator voor de podiumkunsten te ontwikkelen. Dit vraagt om uitbreiding van kennis en knowhow, zowel binnen het bureau als via externe lijnen. In 2021 zijn om die reden twee nieuwe beleidsmedewerkers aangetreden, een voor arbeidszaken en een voor positionering/belangenbehartiging.

Communicatie en verbinding

Binnen de vereniging verloopt de communicatie voornamelijk via ons digitale platform Spots en via de bijeenkomsten. Een grote wens is om Spots nog meer te benutten voor onderlinge discussie van leden, vragen en kennisdeling. De coronacrisis heeft het gebruik van Spots een enorme boost gegeven, omdat we snel actuele informatie konden delen met onze leden. Om meer uitwisseling te stimuleren plaatsen we regelmatig polls en delen we interessante artikelen en activiteiten via het platform. Ook hebben we op Spots een digitale bibliotheek ingericht, waar per kennisdomein makkelijk de belangrijkste documenten te vinden zijn. Bijvoorbeeld een overzicht van alle informatie met betrekking tot cao-zaken of een lijst met verzonden kamerbrieven in het afgelopen jaar. De NAPK communicatiemanager krijgt als extra taak om de komende jaren de bibliotheek op peil te houden en zowel de zichtbaarheid van de NAPK online als de onderlinge uitwisseling te vergroten. Daarbij zal ook aandacht zijn voor andere beroepssegmenten naast de zakelijk leiders, bijvoorbeeld marketingmedewerkers, HR-medewerkers of productieiders.

Om de collectieve standpunten van de vereniging naar buiten toe te brengen en stakeholders te informeren en/of beïnvloeden, maakt de NAPK gebruik van verschillende communicatie-instrumenten zoals (openbare) brieven, de online community Spots, sociale media, persberichten, interviews, speeches en toespraken, deelname aan externe besturen en bijeenkomsten. Daarnaast wordt er veel mondeling overleg gevoerd en informatie uitgewisseld, zowel gedurende formele (leden) bijeenkomsten als tijdens informele bijeenkomsten zoals premières, festivals en congressen. Op dit moment is de NAPK vertegenwoordigd in o.a. de Federatie Cultuur, de Taskforce Culturele en Creatieve Sector, de Podiumkunsten Alliantie, Platform Arbeidsmarktagenda Culturele en Creatieve Toekomst (bestuur), de klankbordgroep van de Code Diversiteit en Inclusie, het landelijk overleg diversiteit en inclusie. Daarnaast voeren we op frequente basis overleg met het ministerie, de Raad voor Cultuur, de cultuurwoordvoerders in de Tweede Kamer en het Fonds Podiumkunsten.

2.3 SUCCESVOLLE VERENIGINGEN

Uit onderzoek van De Nederlandse Associatie, de vereniging van verenigingen, blijkt dat succesvolle verenigingen een duidelijke visie hebben op het eigen speelveld, waarbij de focus ligt op maatschappelijke vraagstukken in combinatie met een proactieve belangenbehartiging. Ze bekleden een autoriteitspositie op het vlak van kennis van hun sector en beschikken over relevante data. Daarnaast spelen ze een intermediaire rol bij innovatie en kennen ze vaak een hybride verdienmodel, waarbij een deel van de dienstverlening of het opleidingsaanbod is verzelfstandigd. Tot slot kenmerken succesvolle verenigingen zich door een slagvaardige en flexibele instelling en – misschien wel het allerbelangrijkste – een grote ledenbetrokkenheid.

Voor de NAPK zijn daarbij relevante trends dat belangenbehartiging het beste in coalitie en proactief georganiseerd kan worden. Op die manier ben je een serieuzere gesprekspartner voor de overheid en kun je mankracht en middelen effectiever inzetten. Ledenwerving en met name ledenbinding vraagt om doorlopende aandacht als je een bloeiende vereniging wilt zijn. Een voortrekkersrol op het gebied van kennis en innovatie zorgt voor een sterkere positie van brancheverenigingen. Ruim 80% van de brancheverenigingen is tegenwoordig een kenniscentrum en initieert innovatieve projecten. Als een vereniging daarnaast een representatief deel van de sector vertegenwoordigt en over goede, actuele kwantitatieve data beschikt, zorgt dit voor meer invloed en gewicht bij de politiek.

2.4 BELEIDSLIJNEN

De NAPK bouwt in 2021 - 2024 beleidsmatig voort op de dienstverlening van de afgelopen jaren op het gebied van werkgeverszaken en positionering, zoals omschreven in de NAPK-statuten:

Het ondersteunen van de leden bij het realiseren van hun eigen doelstellingen: het produceren, uitvoeren en/of presenteren van podiumkunsten op zo hoog mogelijk kwalitatief niveau, zo efficiënt mogelijk in een gezonde arbeidsmarkt, in binnen- en buitenland, waarbij de belangen van de uitvoerende kunstenaars en die van het publiek centraal staan.

Daarnaast gaat de NAPK meer dan voorheen een voortrekkersrol innemen door nieuwe projecten te initiëren en bij te dragen aan innovatie in de podiumkunsten op het gebied van werkgeverschap en beleid, waarmee we onze leden willen inspireren en vooruit helpen. Dit leidt tot de volgende missie, visie, werkgebied en doelen voor de komende jaren:

Missie

De NAPK ijvert voor een sterk, professioneel, inclusief, zichtbaar en toegankelijk podiumkunstenveld, stevig ingebed in de maatschappij en internationaal toonaangevend. De NAPK doet dit door het verbinden, informeren, stimuleren, inspireren en faciliteren van podiumkunstorganisaties en manifesteert zich zodoende als dé branchevereniging en spreekbuis voor de professionele podiumkunsten in Nederland.

Visie

Podiumkunsten zijn van essentieel belang voor de samenleving. Podiumkunsten dienen te zijn ingebed in de samenleving, waarbij producerende en presenterende organisaties samenwerken aan een gezonde, bestendige en professionele sector met een breed palet aan stijlen en vormen, voor een divers publiek. Er is ruimte voor de heterogeniteit aan verhalen en geluiden die onze samenleving rijk is en waar uiteenlopende groepen mensen zich toe kunnen en willen verhouden.

Werkgebied

De branchevereniging richt zich met haar activiteiten op vier domeinen:

1. *Vereniging*, het op orde houden van een stevige en goed georganiseerde vereniging, die in verbinding staat met andere organisaties in het werkveld;
2. *Arbeidszaken*, zoals de Cao Toneel en Dans, de (concept) cao muzikensembles en alle wet- en regelgeving rondom werken en besturen.
3. *Positionering*, zoals het volgen van en anticiperen op politieke en beleidsontwikkelingen die consequenties hebben voor de podiumkunsten, het agenderen van podiumkunst-specifieke noden en behoeften, bijvoorbeeld op het vlak van inclusie, erfgoed, dataverzameling en –ontsluiting, educatie, talentontwikkeling, internationalisering, collectieve promotie.
4. *Kenniscentrum*, via focusgroepen, masterclasses, webinars en vernieuwende projecten stimuleert de NAPK innovatie, inspiratie en verdere professionalisering van de podiumkunstenpraktijk om tot een nog betere aansluiting met de maatschappij te komen.

Doelen

De doelen liggen in het verlengde van de drie hierboven omschreven domeinen:

1. Een sterke vereniging/brancheorganisatie
2. Goede arbeidsvoorwaarden en veilige arbeidsomstandigheden in een gezonde arbeidsmarkt
3. Stevige positionering van de podiumkunsten in een brede maatschappelijke context
4. Faciliteren van innovatie, professionalisering en maatschappelijk verantwoord ondernemen in de podiumkunsten

Waar mogelijk wordt samengewerkt met andere koepelorganisaties.

UITWERKING VAN DE VERSCHILLENDE DOELEN VAN DE NAPK

3.1 DE NAPK ALS VERENIGING

In de beleidsnotitie 2019–2020 werd geconstateerd dat ‘de NAPK een behoorlijk ‘witte’ vereniging is, die door de buitenwacht ook wel wordt geassocieerd met de gevestigde orde van stevig gefundeerde organisaties door wie veel wordt bepaald voor de rest van de sector’. In het verlengde daarvan werd gesteld dat ‘jonge, nieuwe clubjes het belang of de meerwaarde van ons collectief niet zien en/of de contributie te hoog vinden om het uit te proberen’. De afgelopen twee jaar hebben we getracht om het beeld van de NAPK als ‘wit bolwerk’ bij te stellen en nieuwe, creatieve manieren te vinden om jonge gezelschappen en ensembles aan ons te verbinden. Begin 2020 hebben we een adoptieprogramma geïntroduceerd, waarbij BIS-leden een jong gezelschap konden adopteren door voor hen de basisstaffel van de contributie te betalen. Dit programma bleek zeer succesvol en hebben we in 2021 verbreed naar de gehele vereniging.

De in juni 2021 gelanceerde nieuwe huisstijl en website zorgen voor een meer aansprekende, eigentijdse *look and feel*. Daarnaast hebben we onderzoek gedaan naar de behoeftes van jonge zakelijk leiders en de belemmeringen die zij ervaren om toe te treden tot de vereniging via panelgesprekken. Het bleek dat veel jonge zakelijk leiders behoefte hebben aan een netwerk en informatie op eigen niveau. Zij hadden het idee dat de NAPK hoogdrempelig is in de zin van dat je veel voorkennis nodig hebt om te kunnen toetreden en in een netwerk terechtkomt waar je je (nog) niet thuis voelt. Deze gesprekken hebben geleid tot het oprichten van het gratis toegankelijke digitale platform NAPK Start, dat zich richt op beginnende zakelijk leiders met 0 tot 10 jaar werkervaring. Het platform biedt laagdrempelige informatie en mogelijkheden voor ontmoeting, inspiratie, verdieping en professionalisering. NAPK Start draagt bij aan verdere professionalisering van de sector en zorgt ervoor dat startende zakelijk leiders al vroeg in hun carrière kennis maken met de NAPK, waardoor de drempel om in een later stadium aan te sluiten lager wordt.

Bovengenoemde initiatieven hebben, in combinatie met een succesvolle lobby voor extra middelen voor het Fonds Podiumkunsten, geleid tot een snelle groei van de vereniging van 104 (2019) naar 160 leden in 2021. De aanwas bestaat voornamelijk uit jonge gezelschappen en ensembles. De uitdaging voor de komende jaren is om deze nieuwe leden vast te houden en tegelijkertijd de bestaande leden niet van ons te vervreemden. Dat doen we door onze individuele en collectieve dienstverlening op peil te houden, maar ook door het verenigingsgevoel en de onderlinge belangstelling en betrokkenheid te vergroten via persoonlijk contact met het bureau en diverse ledenbijeenkomsten.

Een belangrijke kernwaarde in de vereniging is het structureel faciliteren van ontmoetingen, het bespreken van zaken die het individuele organisatieniveau overstijgen en het delen van kennis. Dat doen we ook de komende beleidsperiode door op reguliere basis sectoroverleggen en platformbijeenkomsten te organiseren. Deze bijeenkomsten zijn tevens belangrijke momenten voor het bureau om informatie te delen die is opgehaald in gesprekken met (of beleidsstukken van) overheden, politiek, collega-brancheverenigingen etc. en andersom om te horen wat er leeft in de sector en wat de gezamenlijke standpunten zijn. De bijeenkomsten zullen voor het merendeel online zijn, omdat gebleken is dat dit efficiënter werkt en laagdrempelig is. Daarnaast organiseren we tenminste twee keer per jaar een grote live bijeenkomst met gelegenheid voor ontmoeting en netwerken voor alle leden rond de ALV's.

Elk lid bouwt binnen de NAPK zijn eigen netwerk, zowel door middel van het online platform Spots als via de bijeenkomsten en persoonlijke ontmoetingen. Een jeugdtheatergezelschap dat BIS-gefinancierd is en internationaal opereert, kan zich bijvoorbeeld aanmelden voor – en deelnemen aan – de Spots-groepen en de bijeenkomsten van het Platform Jeugdtheater, de sector Theater, de BIS-gezelschappen en het platform Internationaal.

In 2021–2024 zullen de volgende bijeenkomsten op regelmatige basis georganiseerd worden:

- BIS-overleg voor alle BIS-gefinancierde-organisaties (Theater, Dans, Muziek, Opera en Jeugdpodiumkunsten)
- BIS-Theatergezelschappen-overleg
- Ovale Tafel (alle niet-BIS-gefinancierde organisaties)
- Ovale Tafel – I (alle FPK gefinancierden uit categorie I)
- Ovale Tafel – II (alle FPK gefinancierden uit categorie II)
- Ovale Tafel – III (alle FPK gefinancierden uit categorie III)
- Sector Dans
- Sector Muziek
- Platform Jeugdproducenten
- Platform Internationaal
- Sector Ontwikkelinstellingen
- Internationaal

3.2 DE NAPK ALS WERKGEVERSORGANISATIE

De arbeidsmarkt is sterk in beweging, zowel landelijk als in de podiumkunsten. De overheid zet, mede ingegeven door de aanbevelingen van de Commissie Borstlap⁵, stappen om de verregaande flexibilisering van de arbeidsmarkt een halt toe te roepen of zelfs terug te draaien. Meer vaste contracten en een betere beloning en gelijke rechten voor uitzendkrachten is het devies. Dit sluit aan bij de algemene trend om het sociaal contract met de burger te verstevigen. De vergrijzing zorgt voor een krappe arbeidsmarkt, waardoor werknemersvertegenwoordigers hogere lonen kunnen bedingen.

⁵ In november 2018 stelde het kabinet de onafhankelijke Commissie Regulering van werk in, in de volksmond de commissie-Borstlap genoemd. Deze commissie moest het kabinet adviseren over de toekomst van het arbeidsrecht, de sociale zekerheid en de fiscaliteit.

De podiumkunstensector is nog steeds een populaire sector om in te werken, tegelijkertijd is het verloop groot door de hoge werkdruk, relatief lage salarissen en moeite om betaalbare huisvesting te vinden. Vooral productieleiders, marketingmedewerkers, technici en administratief personeel kiezen na een aantal jaren in de podiumsector vaak voor een carrière in een andere sector met meer loopbaanperspectief. Deze ontwikkeling is versterkt door de coronacrisis. De komende jaren zal het een grote uitdaging zijn voor onze sector om de werkgelegenheid op peil te houden en voldoende perspectief te bieden aan jong talent, zowel artistiek als zakelijk/ondersteunend. In 2022 gaan we een benchmark laten doen, waarin de Cao Toneel en Dans naast andere cao's uit maatschappelijke branches gelegd wordt om de concurrentiepositie van ons deel van de sector in kaart te brengen.

Andere onderwerpen die in 2021 – 2024 van belang zijn op het vlak van arbeidszaken zijn: regelgeving omtrent zzp-schap, fair practice en meer differentiatie in de toepassing van de cao. In het activiteitenplan in de bijlage werken we de onderwerpen verder uit.

3.3 DE NAPK ALS BELANGENBEHARTIGER

De NAPK ziet het als haar taak om als behartiger van de belangen van de leden de overheden en de adviserende gremia te wijzen op de autonomie van de kunstenaars en de essentie van de artistieke productie. Het uitgangspunt daarbij is dat kunst per definitie maatschappelijk relevant is, ook als het autonome expressie betreft. Als de coronacrisis iets heeft duidelijk gemaakt is het dat kunst maken en beleven wezenlijk bijdraagt aan ons welzijn en menszijn. Als dit wegvalt, gaat een belangrijke maatschappelijke waarde verloren. Gelukkig lijkt dit besef politiek gedragen te worden – zie de ruimhartige steunpakketten voor de cultuursector. Ook politieke partijen die van oudsher een ambivalente houding hebben jegens de gesubsidieerde kunsten, lijken sinds de crisis doordrongen van het maatschappelijk belang van een goed functionerend cultuurbestel. Tegelijkertijd weten we ook dat de politiek grillig is en het tij zomaar kan keren. Daarom investeren we veel in het informeren van politici van alle gezindten over het intrinsieke belang van de podiumkunsten via presentaties, bijeenkomsten, werkbezoeken en (informele) gesprekken. Sinds 2020 worden we daarbij ondersteund door een ervaren public affairs specialist, die de finesses van het politieke bedrijf kent en ons op de hoogte houdt van ontwikkelingen in de Kamer en fracties.

Daarnaast is het ook de taak van de vereniging om de politiek-beleidsmatige ontwikkelingen te duiden, de gevolgen voor de leden in kaart te brengen en terug te koppelen naar de achterban. Sommige ontwikkelingen worden agendapunten voor de vereniging, omdat we zien dat het een fundamentele koerswijziging in het overheidsbeleid betreft óf omdat we constateren dat er gaten in het bestel zijn gevallen die op langere termijn afbreuk doen aan de vitaliteit en professionaliteit van de branche. Verder wordt, als de leden dat wenselijk of nodig vinden, (deel) sectorspecifiek ingezet op beïnvloeding van subsidiënten, externe partijen of de publieke opinie. Waar mogelijk trekken we in breder verband op, bijvoorbeeld via de Podiumkunsten Alliantie, FC, MKB-NL en/of samen met Kunsten '92.

In deze beleidsperiode gaan we als vereniging veel aandacht besteden aan het monitoren van de impact van corona op ons deel van de sector. Een belangrijk onderwerp zijn het ophalen en delen van de wensen van onze leden voor de cultuurnotaperiode 2025 – 2028. In het activiteitenplan staat uitgebreid beschreven op welke beleidsgebieden we gaan inzetten.

3.4 DE NAPK ALS INSPIRATOR EN INNOVATOR

Corona heeft vragen opgeroepen over de waarde van (podium)kunsten voor de samenleving. Zowel de intrinsieke waarde als economische en sociale bijdrage zijn door de crisis scherper in beeld gekomen. Podiumkunsten maken een onlosmakelijk deel uit van een vitale, democratische en kritisch/reflectieve maatschappij. Dat wordt onderkend door een brede laag van de bevolking. Tegelijkertijd is er een politieke onderstroom die het belang van cultuur bagatelliseert, wat een gevaar vormt voor het draagvlak en de financiering van cultuur. Met het aantreden van een nieuwe bewindspersoon voor cultuur ligt er een kans om met elkaar een fundamentele discussie te voeren over de waarde van podiumkunsten voor de samenleving, en inhoudelijke argumentatie mee te geven voor de komende cultuurnotaperiode om de positie van (podium)kunsten te versterken. De komende jaren wil de NAPK zich nadrukkelijker dan voorheen mengen in het publieke debat, een bijdrage leveren aan innovatie in de sector en haar leden inspiratie en verdieping bieden. Dit doen we in de vorm van publicaties, debatten, panelgesprekken en podcasts. In het activiteitenplan lichten we dit toe.

SLOTWOORD

In deze notitie hebben we de belangrijkste aandachtspunten en beleidsdoelen voor 2021 – 2024 op een rij gezet. Deze fungeren als wegwijzer in een onbestendige tijd, maar zijn zeker niet in beton gegoten. Als een eigentijdse en wendbare vereniging zien we het als onze taak om ontwikkelingen in de werkpraktijk, het beleid en de samenleving in een vroegtijdig stadium te signaleren, ze te duiden en er adequaat op in te spelen. Dit is een doorgaand proces dat in samenspraak met de leden en stakeholders tot stand komt. Als bureau zijn we in hoge mate afhankelijk van de input van onze leden en het bestuur om tot een goede strategie te komen.

Langs deze weg wil ik alle leden en het bestuur heel hartelijk bedanken voor alle inzichten en wensen die zij hebben aangedragen ten behoeve van deze beleidsnotitie, zowel in formele bijeenkomsten als in een-op-een gesprekken. De NAPK floreert als nooit te voren dankzij het groeiende aantal leden en de hoge ledenbetrokkenheid. Met een eensgezinde, collectieve inzet hebben we de crisissituatie van de afgelopen anderhalf jaar het hoofd geboden. Dit geeft een stevige basis om de uitdagingen voor de toekomst in gezamenlijkheid op te pakken.

ACTIVITEITEN NAPK 2021-2024

VOOR 2021-2024 HEEFT DE NAPK DE VOLGENDE ACTIVITEITEN GEPLAND:

Ledenwerving en relatiemanagement

Het afgelopen jaar hebben we een groot aantal nieuwe leden mogen verwelkomen. Met ieder nieuw lid voert de directeur een online kennismakingsgesprek om de zakelijk leider wegwijs te maken binnen de vereniging. Dit najaar gaan we nieuw toegetrokken leden actief koppelen aan een ervaren zakelijk leider/directeur die al langere tijd lid is van de vereniging. Deze kan het eerste jaar als ‘buddy’ fungeren door vragen m.b.t. het functioneren van de vereniging te beantwoorden en daarmee de drempel tot deelname aan bijeenkomsten te verlagen.

In de ledenbijeenkomsten proberen we zoveel mogelijk van de leden te horen wat hun wensen en behoeftes zijn en waar ze zoal tegenaan lopen in hun werkpraktijk. Daarnaast zullen we de komende jaren minimaal een maal per seizoen een enquête uitsturen via Spots om te peilen hoe de leden de dienstverlening van de NAPK ervaren. Ook blijven we nieuwe wegen inzetten om meer leden te werven, zo kunnen bijvoorbeeld producerende podia sinds begin dit jaar met korting duo-lid worden van zowel NAPK als VSCD. Tot slot werven we actief binnen sectoren die nieuw of nog ondervertegenwoordigd zijn binnen de vereniging, zoals urban arts, circus, ontwikkelinstellingen, muziektheater en producerende festivals.

Effecten coronacrisis (middel)lange termijn

We verwachten dat de coronacrisis nog lange tijd impact zal hebben op de podiumkunstensector. Daarom gaan we de komende twee jaar (of langer als dat nodig is) de effecten van de coronacrisis op de podiumkunstenproducenten in kaart brengen. Over 2020 is reeds becijferd wat de terugloop in eigen inkomsten onder de leden van de NAPK was en hoe de steunmiddelen zijn ingezet voor o.a. behoud van werkgelegenheid. In 2021 continueren we dit onderzoek en vullen we dit aan met gegevens over bezoekerscijfers (na heropening), financiële afspraken met podia en inzet van personeel en middelen. Ook monitoren we op deze manier of onze leden in staat zijn om hun prestatieafspraken na te komen. Met de gegevens uit dit onderzoek kunnen we ons pleidooi voor een langere periode van coulance en een verlenging van de cultuurnotaperiode onderbouwen, evenals de eventuele noodzaak voor extra steunpakketten na het derde kwartaal van 2021.

Cultuurbestel

We zitten aan het begin van een nieuwe cultuurnotaperiode, maar kijken alweer vooruit naar de volgende. Deze periode zijn er een aantal belangrijke wijzigingen doorgevoerd, zo is de BIS verruimd voor zowel jeugdproducenten als muziekensembles en zijn er vijftien ontwikkelinstellingen opgenomen in het bestel. Er was beleidsmatig en politiek veel aandacht voor een evenredige spreiding van cultuur over de diverse regio's, wat er mede toe heeft geleid dat er extra middelen zijn gekomen voor het Fonds Podiumkunsten

om alle positief gehonoreerde gezelschappen onder de zaaglijn te honoreren. Daarnaast wordt cofinanciering door lokale overheden een steeds groter thema. Onze leden hebben aangegeven dat de volgende onderwerpen m.b.t. het bestel voor hen van belang zijn:

- Een duidelijke visie van de rijksoverheid op de functie van BIS en Fonds Podiumkunsten in het bestel om tot een gelijk speelveld te komen
- Minder nadruk op spreidingsverplichting voor podiumkunstenproducenten
- Verminderen van de administratieve lasten, bijvoorbeeld door de 3 codes samen te voegen tot één overkoepelende
- Verantwoording op basis van impact in plaats van uitsluitend kwantitatieve resultaten
- Meer ondersteuning voor podia om avontuurlijke programmering te stimuleren
- Meer plekken voor doorstroom van beginnende maker naar *midcareer*
- Afstemming tussen rijk en lokale overheden m.b.t. subsidievoorwaarden en verantwoordingseisen
- Meer aandacht en middelen om kinderen en jongeren te interesseren voor kunst en cultuur (o.a. via cultuureducatie op scholen).

Ondersteuning bij regelgeving rondom zzp-schap

Begin 2021 paste de overheid de Wet Deregulering Beoordeling Arbeidsrelatie (DBA) aan om schijnzelfstandigheid tegen te gaan. Vanaf 2022 gaat de Belastingdienst actief handhaven. De criteria daarbij zijn: werkgeversgezag, persoonlijke arbeid en beloning. Zodra er sprake is van een van deze drie kenmerken, moet een organisatie een dienstverband afsluiten. Op de online beleidssessie die we afgelopen winter organiseerden bleek dat dit onderwerp voor veel onrust onder onze leden zorgt en dat de advisering m.b.t. regelgeving rondom zzp-schap ook de komende jaren een van de belangrijkste onderwerpen op de agenda van de vereniging blijft. De nieuwe regelgeving is o.a. de aanleiding geweest om stapsgewijs toe te werken naar een cao muziekensembles, die eind 2021 klaar moet zijn.

In reactie op de nieuwe regelgeving gaan we de komende jaren onderzoeken welke mogelijkheden er blijven voor een hybride werkpraktijk. Een ander onderwerp is verkennen in hoeverre er draagvlak is voor een verruiming van de ww-afspraken voor beroepsgroepen die vooral projectmatig werken, denk aan acteurs die werken met meerdere korte dienstverbanden in een seizoen. Daarnaast blijft het behoud van de huidige ketenbepaling voor de podiumkunsten cruciaal.

Bijdragen aan Fair practice

In de Verkenning Arbeidsmarkt culturele sector (januari 2016) hebben de SER en Raad voor Cultuur vastgesteld dat de arbeidspositie van veel mensen in de culturele en creatieve sector zorgwekkend is. Zo zijn veel banen verdwenen en de inkomens laag. De coronacrisis heeft de kwetsbaarheid van de sector nog scherper aan het licht gebracht. Als werkgeversorganisatie staat de NAPK voor goed werkgeverschap. Dit vraagt om een visie op hoe podiumkunstenproducenten invulling kunnen geven aan fair practice binnen hun specifieke werkpraktijk. De cao is daarin een belangrijk instrument, maar ook aandacht voor (om)scholing, arbeidsomstandigheden, pensioenopbouw en een duurzame carrière zijn daarbij van belang.

Fair practice kan alleen als er sprake is van een fair chain, waarin alle belanghebbenden in de keten hun verantwoordelijkheid nemen. Dat begint bij het subsidiebeleid van zowel rijks- als lokale overheid, strekt zich uit naar uitkoopsommen en garanties van podia tot een rechtvaardige beloning voor zowel uitvoerenden als toeleveranciers. In de periode 2021-2024 zal de NAPK steeds deze wederzijdse afhankelijkheid benadrukken in gesprekken met stakeholders. Met input van de leden zullen we doorlopend werken aan een overkoepelende visie op fair practice. Dit zal, naar gelang de behoefte, resulteren in concrete voorstellen t.a.v. fair pay, afspraken met podia, richtlijnen voor zzp'ers, scholingsmogelijkheden en zakelijk leiders faciliteren om hun HR-taak zo goed mogelijk in te vullen. Ook zullen we samen met Kunsten '92 de lobby blijven voeren voor meer structurele middelen om fair practice daadwerkelijk te kunnen doorvoeren.

Preventief beleid t.b.v. een veilige werkomgeving

De afgelopen jaren is de podiumkunstensector helaas geconfronteerd met diverse gevallen van grensoverschrijdend gedrag. In 2018 was de NAPK een van de initiatiefnemers van het meldpunt Mores.online waar werknemers/uitvoerenden melding kunnen doen van ongewenst gedrag. Het meldpunt, dat inmiddels is verbreed naar 36 culturele en creatieve branches, kampt sindsdien met een toevloed aan meldingen. Op verzoek van de leden is de NAPK in 2021 gestart met het ontwikkelen van preventief beleid om ongewenst gedrag in organisaties te voorkomen. Een werkgroep van leden heeft met begeleiding van een externe expert het afgelopen voorjaar een generiek beleidskader geschreven. Daarnaast heeft het bureau een klachtenprotocol opgesteld en een model ontwikkeld voor een klachtencommissie.

De komende jaren staat het bevorderen van een veilige werkomgeving voor alle werkenden in de podiumkunsten bij de NAPK hoog op de agenda. Begin 2022 zullen we een conferentie organiseren om leden en andere belangstellenden te informeren over hoe ze preventief beleid kunnen implementeren. Ook richten we een klachtencommissie in die op verzoek van een lid onderzoek doet naar meldingen van ongewenst gedrag en een bindend advies uitbrengt hoe te handelen. Voor de klachtencommissie en het implementeren van preventief beleid middels trainingen en voorlichting richt de NAPK een aparte stichting op. Deze stichting kan beschikken over de middelen uit het theaterbudget (OWMC-gelden) om haar missie vorm te geven.

Duurzame inzetbaarheid bevorderen

De werkdruk en het aantal gevallen van burn-out is in onze sector schrikbarend hoog. Dit zorgt voor veel verloop en uitstroom, wat de continuïteit van de bedrijfsvoering niet ten goede komt. In de komende beleidsperiode wil de NAPK de knelpunten in beeld brengen. Samen met Platform ACCT gaat de NAPK o.a. een analyse duurzame inzetbaarheid laten maken voor de sector podiumkunsten met financiële ondersteuning van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Het kabinet wil hiermee bijdragen aan de duurzame inzetbaarheid van werkenden, zodat zij ook in de toekomst zoveel mogelijk gezond, competent en met plezier werkend hun pensioen bereiken. Langs deze weg worden sectoren in staat gesteld om de knelpunten ten aanzien van duurzame inzetbaarheid en langer doorwerken in de sector te identificeren. De sectoranalyse kan de opmaat vormen voor een uitgebreider onderzoek binnen de vereniging naar knelpunten en kansen voor duurzame inzetbaarheid. Aanpalend zullen we richting ministerie, Raad voor Cultuur en Tweede Kamer steeds blijven ijveren voor een lagere administratie- en verantwoordingslast voor gesubsidieerde podiumkunstenproducenten.

Een belangrijk onderdeel van duurzame inzetbaarheid is het creëren van gunstige arbeidsomstandigheden in de cultuursector. Bij een marktconforme salariering, voldoende doorgroeimogelijkheden en ‘normale’ werkdruk zullen werknemers langer werkzaam blijven in de sector. De NAPK zal in 2022 een benchmark van de Cao Toneel en Dans laten maken om de concurrentiepositie in relatie tot andere sectoren scherp te krijgen.

Nieuwe organisatievormen in relatie tot de cao

Een trend onder jonge gezelschappen in de podiumkunsten is om te werken in collectieven. Dit sluit aan bij de algemene trend in de samenleving richting minder hiërarchie en plattere organisaties en werken in gelegenheidsverbanden. Collectieven kenmerken zich door het streven naar een gelijke beloning en inspraak voor alle werknemers en het combineren of onderling uitwisselen van rollen en taken. Bij de NAPK kwamen het afgelopen jaar veel vragen binnen over hoe de Cao Toneel en Dans ingezet kan worden binnen een collectieve organisatievorm. Tegelijkertijd leeft ook bij de meer traditioneel georganiseerde podiumkunstenproducenten de behoefte aan flexibiliteit in de toepassing van de cao. Richting de cao die in 2023 wordt afgesloten, gaan we onderzoeken in hoeverre we voor meer maatwerk en flexibiliteit binnen de cao kunnen zorgen.

Data-analyse en kwalitatief onderzoek

Meten is weten. Op dit moment beschikt de NAPK onvoldoende over actuele gegevens over ons deel van de sector. Een belangrijk speerpunt voor komend jaar is om aanvullend op de bestaande faciliteiten van DIP een data-analyse tool te ontwikkelen voor de NAPK. Najaar 2021 start een externe projectleider met een verkenning van de inhoudelijke, financiële en technische randvoorwaarden van een dergelijke tool. Deze tool moet kwantitatieve data leveren over de podiumkunstenpraktijk. Aanvullend zullen we op deelonderwerpen kwalitatief onderzoek doen, ingegeven door behoeftes van de leden. Zo is afgelopen jaar bijvoorbeeld onder auspiciën van de NAPK onderzoek gedaan naar de stand van zaken in de jeugdpodiumkunsten, wat heeft geleid tot het rapport ‘Vakgenoten, bondgenoten’ en een artikel in de Theatermaker. Het rapport is breed verspreid onder belangrijke stakeholders en vormt de opmaat voor een visiedocument dat het jeugdplatform van de NAPK komend seizoen gaat ontwikkelen. Onderwerpen die hoog op de agenda staan voor de komende jaren: het internationale speelveld, diversiteit en inclusie, digitalisering, duurzaamheid (zie ook alinea 3.4).

Diversiteit en inclusie

Het grootste deel van onze leden werkt met subsidie van het ministerie van OCW of het Fonds Podiumkunsten. Zij dienen zich voor de periode 2021-2024 en verder allemaal te verhouden tot de Code Diversiteit en Inclusie, en werken ieder voor zich aan het verbeteren c.q. versterken van diversiteit en inclusie op de vier p’s van de code: personeel, programma, publiek en partners. Vanuit de vereniging willen wij onze leden ondersteunen in deze ambitie, en tegelijkertijd een bijdrage leveren aan het bewerkstelligen van een inclusieve podiumkunstensector. Hierbij benaderen we inclusie in de brede zin van het woord: de sector is optimaal toegankelijk en niemand wordt uitgesloten. De NAPK wil leden intensiever en ingebed in een continue lijn ondersteuning bieden om een inclusieve organisatie te worden en te blijven.

We richten ons hierbij op drie aspecten die we als werkgeversorganisatie en collectief goed kunnen adresseren:

- Vergroten en verankeren van bewustwording onder leden
- Verbreden van de scope en diversiteit van de vereniging door het consulteren van onze kritische vrienden en door nieuwe leden, adoptanten en jonge zakelijk leiders/creative producers aan ons te verbinden
- Delen en doen groeien van best practices uit het veld.

Middelen die we daarvoor inzetten zijn: trainingen, in company advies en delen van kennis en ervaring. Daarin zoeken we waar mogelijk samenwerking met de podia en festivals en betrekken we experts uit andere maatschappelijke domeinen.

Publieksontwikkeling

Het maatschappelijk draagvlak voor de gesubsidieerde podiumkunsten is onder meer afhankelijk van publieksbereik, bekendheid en affiniteit met het culturele aanbod. In de online beleidssessie over de toekomst van de podiumkunsten in het voorjaar van 2021 kwam het onderwerp publieksontwikkeling veelvuldig ter sprake. Onze leden hebben behoefte aan meer zicht op welke publieksgroepen ze in huis hebben, hoe ze nieuw publiek kunnen bereiken, aansprekende voorbeelden op het gebied van marketing en nieuwe kanalen om hun aanbod te vertonen. Corona heeft veel nieuwe inzichten gebracht; een deel van de leden heeft een succesvol online aanbod ontwikkeld en gaat daarmee door, ook als ze weer op podia kunnen spelen. De publieke omroep bood daarnaast in het voorjaar van 2021 als onderdeel van het steunpakket zendtijd aan podiumkunstenproducenten, die daarvoor een eigen format konden aanleveren. Dit extra kanaal heeft gezorgd voor een groter bereik en meer zichtbaarheid voor de gesubsidieerde podiumkunsten. In de communicatie met het ministerie en de cultuurwoordvoerders zullen we aandringen op het continueren van de samenwerking met de publieke omroep. Ook cultuureducatie op scholen draagt bij aan kennis van en ervaring met de gesubsidieerde podiumkunsten, wat de kans op podiumkunstenbezoek in de toekomst vergroot. De NAPK pleit ervoor dat voorstellings- en concertbezoek een vast onderdeel wordt van het curriculum van iedere school. DIP biedt mogelijkheden om zowel op individueel als collectief niveau bezoekersgegevens te analyseren. De NAPK zal de komende jaren uitwisseling op het gebied van marketing en publieksbereik faciliteren in samenwerking met DIP.

Collectieve promotie

Om extra aandacht te vragen voor het werkdomein van leden, om de beeldvorming positief te beïnvloeden en om publiek op de been te brengen, sluit de NAPK waar mogelijk aan bij collectieve promotieactiviteiten. In 2019 is door de VSCD, VVTP en NAPK de werkgroep Collectieve Promotie opgericht die collectieve promotieactiviteiten initieert voor de gehele podiumkunstensector. Het afgelopen jaar heeft deze werkgroep samen met het Nationaal Theaterfonds (NTF) de succesvolle campagne 'Mooier dan ooit' ontwikkeld ter ondersteuning van de heropening van de cultuursector. Op dit moment wordt onderzocht hoe deze samenwerking de komende jaren kan worden gecontinueerd en uitgebreid. Dit moet najaar 2021 resulteren in een concreet meerjarenplan vanuit NTF, gedragen door de brancheverenigingen, met hopelijk financiering van het ministerie van OCW.

In 2021 heeft de NAPK cultureel adviesbureau Blueyard gevraagd om 1) voor en met haar leden en met de leden van de werkgroep Collectieve Promotie te verkennen, hoe collectieve promotie en kennisdeling effectief kan worden ingezet voor het gesubsidieerde aanbod en 2) om op basis van die verkenning te adviseren welke positie en rol de NAPK ten aanzien van collectieve marketing en promotie van de podiumkunsten het beste kan kiezen. Collectieve promotie is geen kerntaak van NAPK, maar de leden geven aan dit wel een belangrijk onderwerp voor de toekomst te vinden. Hoe kunnen we samen met de VSCD, VVTP, Vlakke Vloeren en Festivals bouwen aan een beter publieksbereik en collectief nieuw publiek aanspreken? Het advies van Blueyard is door de NAPK gedeeld met de andere brancheverenigingen met als inzet te onderzoeken in hoeverre we gezamenlijk – mogelijk onder de vlag van DIP – kunnen bijdragen aan expertisebevordering op het vlak van marketing en publieksdata. In 2022 hopen we hier een concretere vorm aan te geven.

Reflectie en debat

Met het verdwijnen van het Theaterinstituut ontbreekt het de podiumkunstensector aan onderzoek en inhoudelijk debat. Samen met De Theatermaker wil de NAPK zich inzetten voor meer reflectie op zowel de rijke geschiedenis van de podiumkunsten als toekomstige ontwikkelingen. In september 2021 heeft de NAPK een essaybundel uitgebracht waarin zes schrijvers/makers reflecteren op de toekomst van de podiumkunsten na corona. De essaybundel vormt het startschot van een onderzoekstraject van een jaar, waarin denkers uit diverse wetenschappen en maatschappelijke domeinen hun licht laten schijnen op de waarde van de podiumkunsten voor deze tijd en toekomstige generaties. Gedurende het onderzoek publiceren zij hun bevindingen in De Theatermaker en gaan zij daarover in gesprek met de sector. Dit moet leiden tot nieuwe inzichten en een levendig discours dat bouwstenen biedt voor de Raad voor Cultuur en het ministerie bij de ontwikkeling van nieuw beleid. Met dit traject positioneert de NAPK zich als voortrekker, inspirator en opiniemaker betreffende podiumkunsten. Een nieuwe rol, die we de komende tijd verder invulling en contouren hopen te geven in samenspraak met het bestuur en de leden.

Focusgroepen

De NAPK organiseert op reguliere basis sector- en platformbijeenkomsten voor haar leden. Doorgaans is er in deze bijeenkomsten weinig tot geen tijd voor inhoudelijke verdieping op thema's die (vaak op de middellange termijn) wél van belang zijn voor de beroepspraktijk van podiumkunst producenten. Daarnaast horen we van leden dat er behoefte is aan meer ruimte voor reflectie en discussie over één bepaald thema. Dit, én het gegeven dat we als maatschappij en als sector in een massieve transitieperiode zitten waarin een aantal grote onderwerpen de komende jaren onze aandacht zullen blijven vragen, heeft gemaakt dat we in het najaar van 2021 starten met een zestal focusgroepen. Daarin gaan we met maximaal 12 leden op één onderwerp de diepte in over een langere periode; in elk geval tot eind 2022, mogelijk te verlengen als de thematiek en wat er uit de gesprekken komt, daarom vraagt. Resultaat van deze focusgroepen is idealiter een voortschrijdend inzicht op het betreffende onderwerp, handelingsbekwaamheid ten opzichte van de eigen beroepspraktijk en de mogelijkheid om de verworven kennis en inzichten breder te delen met collega's in de vereniging. Dit kan in de vorm van een presentatie, (mini)congres of publicatie. Voor seizoen 2021 – 2022 gaan we rond de volgende onderwerpen focusgroepen organiseren: duurzaamheid, diversiteit en inclusie, fysieke en digitale toegankelijkheid, internationalisering, preventie ongewenste omgangsvormen en digitale transformatie.

Kenniscentrum

De NAPK beschikt over een groot netwerk van culturele partners en *preferred suppliers* die ledenvoordeel bieden. In coronatijd hebben we gemerkt dat we met een aantal van hen eenvoudig en laagdrempelig op korte termijn online webinars en themabijeenkomsten kunnen organiseren. Zo hebben we met DEN een aantal sessies over digitale transformatie georganiseerd, met Dutch Culture uitwisseling over de stand van zaken in het internationale veld, met Cultuur+Ondernemen over een optimale werkrelatie met het bestuur en Höcker Advocaten hield op ons verzoek vragenuurtjes over arbeids-juridische kwesties rond de coronavaccinatie. Daarnaast organiseerden we in juli 'De week van de bezinning' waarin leden konden deelnemen aan online yogasessies en workshops m.b.t. goede zelfzorg. De komende jaren willen we onze bestaande dienstverlening uitbreiden met activiteiten op het vlak van professionele en persoonlijke ontwikkeling. Niet dat we hele trainingen of opleidingen gaan aanbieden - daarvoor zijn genoeg andere goede aanbieders - maar veelal inhoudelijke verdieping in korte sessies die leden makkelijk tussen de bedrijven door kunnen volgen. Dit kunnen masterclasses zijn, intervisiesessies, vragenuurtjes of lezingen over beleid, arbeids-juridische kwesties, HR, marketing, leiderschap.

BIJLAGE 2

ORGANISATIE VAN DE VERENIGING

Bestuur

Het bestuur van de Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten bestaat uit zoveel personen als er sectoren zijn ingesteld, vermeerderd met drie onafhankelijke bestuursleden, waaronder de voorzitter en penningmeester. De zittingstermijn is drie jaar. Bestuursleden alsmede de voorzitter kunnen maximaal één maal worden herbenoemd. In 2021 worden de statuten aangepast, zodat er een extra lid namens de sector Algemeen kan worden toegevoegd. Dit is nodig omdat er ook vertegenwoordiging namens de Fonds Podiumkunsten gefinancierde leden in het bestuur moet zijn. Deze groep maakt zeker twee derde van het ledenbestand uit en kent specifieke problemen en behoeftes die collectief aangekaart moeten worden.

Het bestuur wordt per 1 juli 2021 gevormd door Joachim Fleury (voorzitter, onafhankelijk), Cynthia Barron (penningmeester, onafhankelijk), Ernestine Comvalius (secretaris, onafhankelijk), Harmen van der Hoek (namens de sector theaterleden), Erik Pals (namens de sector dansleden), Tido Visser (namens de sector muzikleden).

Het bestuur vergadert gemiddeld vier keer per jaar, waarvan twee keer ter voorbereiding van de algemene ledenvergaderingen. Het bestuur volgt de principes van de Governance Code Cultuur, bestuur en bureau volgen de Code Diversiteit en Inclusie en Fair Practice Code.

Rooster van aan- en aftreden bestuur

Dit rooster van aftreding is opgesteld op grond van artikel 11.2 van de statuten van de Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten.

In het rooster van aftreding staat op welk moment elk lid van het bestuur van de Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten is aangetreden en, tenzij er sprake is van tussentijdse beëindiging van het bestuurslidmaatschap, volgens planning zal aftreden.

Naam	Datum eerste benoeming	Herbenoeming/einde termijn	datum van aftreden
J. Fleury, voorzitter	20 mei 2010	20 mei 2019	20 mei 2022*)
C. Barron penningmeester	16 mei 2019	16 mei 2022	16 mei 2025
E. Comvalius, secretaris	1 juni 2016	1 juni 2019	1 juni 2022
E. Pals	11 oktober 2016	11 oktober 2019	11 oktober 2022
H. van der Hoek	24 april 2018	24 april 2021	24 april 2024
T. Visser	1 juli 2018	1 juli 2021	1 juli 2024

**) in de ALV van 13 november 2018 is besloten de benoeming van de voorzitter met nog één zittingstermijn van 3 jaar te verlengen tot 20 mei 2022.*

Bureau

Het NAPK-bureau bestaat uit een vast team van zes mensen: de directeur (0,8 fte), twee senior beleidsmedewerkers (1,6 fte), een beleidsmedewerker en een beleidsondersteuner (1,7 fte), een officemanager (0,9 fte) en een communicatiemanager (0,5 fte). Op incidentele basis worden zzp'ers ingehuurd bijvoorbeeld als producent, spreker, workshopleider, voorzitter of onderzoeker.

Het NAPK-team wordt momenteel (peildatum 1-11-2021) gevormd door Mirjam Terpstra (directeur), Lineke Burghout (senior beleidsmedewerker Arbeidszaken), Iris Daalder (senior beleidsmedewerker Positionering), Iris Kensenhuis (beleidsmedewerker Arbeidszaken), Moreen Beentjes (beleidsondersteuner Positionering), Marloes Reus (officemanager) en Marlies Oele (communicatiemanager).

Leden en lidmaatschap

Op dit moment (peildatum 1-11-2021) zijn 160 organisaties aangesloten bij de NAPK: kleine, middelgrote en grote organisaties uit de theater-, dans- en muzieksector en mengvormen hiervan, van verschillende stijl, met uiteenlopend repertoire, verspreid over heel Nederland. Gezamenlijk staan ze voor de grote diversiteit die het Nederlandse gesubsidieerde podiumkunstenlandschap rijk is. Bij aanvang van het lidmaatschap wordt door het bestuur bepaald in welke sector het nieuwe lid wordt toegelaten. Ook zijn 9 organisaties als algemeen lid aangesloten, omdat ze niet in een van de andere sectoren passen.

Verenigingsbijeenkomsten

Naast de eerder genoemde 'deelbijeenkomsten' (zie vereniging) vindt ten minste twee keer per jaar de Algemene Ledenvergadering (ALV) plaats. Op de ALV in het voorjaar is een vast punt op de agenda goedkeuring van de jaarrekening van het voorgaande jaar door de leden. Een terugkerend punt op de agenda van de najaars-ALV is de goedkeuring van de begroting voor het komende jaar. Sinds 2015 wordt ook regelmatig na de vaste agendapunten in het tweede uur van de vergadering een thema uitgediept met de leden dat op dat moment de aandacht heeft binnen de podiumkunsten. Dit gebeurt in de vorm van een interview of presentatie, gevolgd door een debat. De sprekers kunnen zowel intern van de vereniging zijn of externe deskundigen.