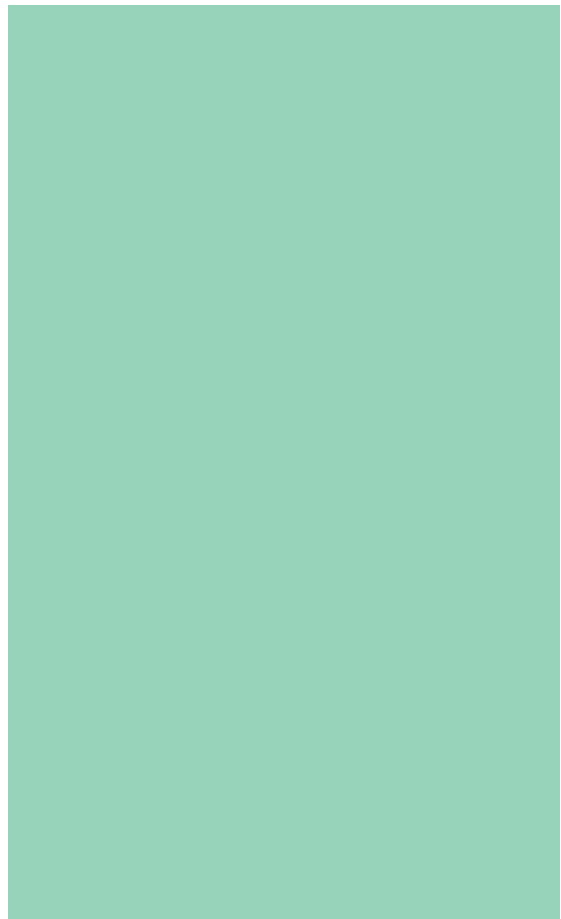
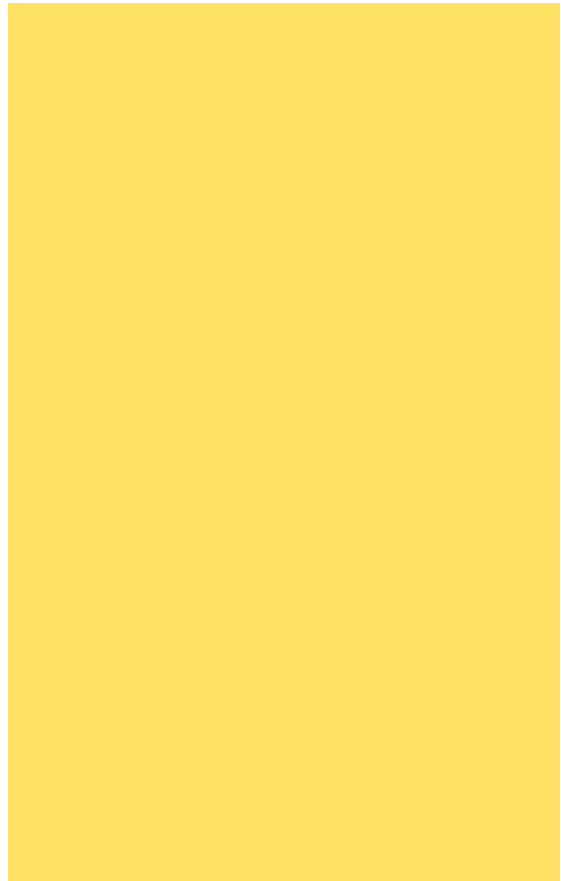


# Digitale Transformatie in de Rotterdamse cultuursector

rotterdamse  
raad voor  
kunst en  
cultuur



# Inhoudopgave

<b><u>Samenvatting</u></b>	<b>4</b>
<b><u>1. Kader</u></b>	<b>6</b>
1.1 Aanleiding	7
1.2 Leeswijzer	8
1.3 Werkwijze	8
1.4 Context	10
<b><u>2. De Rotterdamse cultuursector in digitale transformatie</u></b>	<b>15</b>
2.1 Opvallende ontwikkelingen op het gebied van digitalisering	16
2.2 Kansen en uitdagingen voor de sector	19
<b><u>3. De impact van de digitale transitie op de drie I's</u></b>	<b>23</b>
Innovatie: Waardeverschuiving en cultuurverandering	24
Inclusiviteit: Publieksbereik, toegankelijkheid en ontsluiting	27
Interconnectiviteit: Grenzeloos samenwerking en collectiviteit	29
<b><u>4. Conclusies en Aanbevelingen</u></b>	<b>32</b>
<b><u>5. Bijlage</u></b>	<b>37</b>
Bijlage 1: Begrippenkader	38
Bijlage 2: Overzicht fondsen en subsidieregelingen	40

# Samenvatting

De Rotterdamse cultuursector is op het gebied van digitalisering in een stroomversnelling geraakt tijdens de coronacrisis. Zo zijn er meer vormen van publieksbeleving gecreëerd, zijn er nieuwe educatieve tools, samenwerkingsverbanden en platforms ontwikkeld, en wordt er veel gebruik gemaakt van sociale media om het publiek te bereiken.

Dit brengt mooie kansen met zich mee. Culturele instellingen en makers kunnen nieuwe publieksgroepen bereiken en makkelijker om input van het publiek vragen. Er wordt ook efficiënter gebruik gemaakt van ruimte en er is meer samenwerking tussen culturele instellingen en tussen makers onderling. Digitale innovatie kan dan ook een positieve invloed hebben op de inclusiviteit en interconnectiviteit van de sector.

Wel zijn er een aantal uitdagingen die het moeilijk maken om de digitale transformatie door te zetten. Bij veel instellingen is er gebrek aan middelen en kennis, en is het vaak nog lastig om te verdienen aan digitaal aanbod. Daarnaast is de sector online grotendeels afhankelijk van buitenlandse techbedrijven die het soms moeilijk maken het publiek te bereiken.

Het structureel maken van de digitale innovaties die in het culturele veld gemaakt zijn tijdens de coronacrisis blijkt nog een uitdaging. Het momentum dat er was, dreigt bij sommige instellingen weer te verdwijnen. Drie factoren hebben hier invloed op: (1) of er genoeg personeel, geld en kennis is; (2) of er genoeg digital *natives*<sup>1</sup> betrokken worden binnen de organisatie; (3) of digitalisering een centrale plek heeft gekregen binnen de organisatie. Ook geeft het huidige subsidiestelsel instellingen niet voldoende ruimte om te experimenteren.

Op het gebied van inclusiviteit biedt digitalisering de cultuursector vooral kansen voor het publieksbereik. Denk aan het bereiken van nieuwe doelgroepen, zoals jongeren en mensen die anders niet hadden kunnen participeren omdat ze ver weg wonen of niet mobiel zijn. Het bereiken van publiek is echter iets anders dan het betrekken van publiek. Er moet daarom op een andere manier dan voorheen worden nagedacht over het betrekken van het publiek, bijvoorbeeld door middel van online interactie, meer ontsluiting van de maakprocessen en meer coproductie.

Op het gebied van interconnectiviteit draagt digitalisering vooral bij aan nieuwe samenwerkingsverbanden binnen de cultuursector, maar ook daarbuiten. Samenwerkingen met organisaties en makers buiten Rotterdam ontstaan makkelijker dan voorheen.

1 Digital natives zijn mensen die van kinds af aan zijn opgegroeid met online technologie. Geboren in het digitale tijdperk van computers, videospelletjes en het internet, hebben zij niet op latere leeftijd hoeven aanleren hoe ze met digitale technologie om gaan.

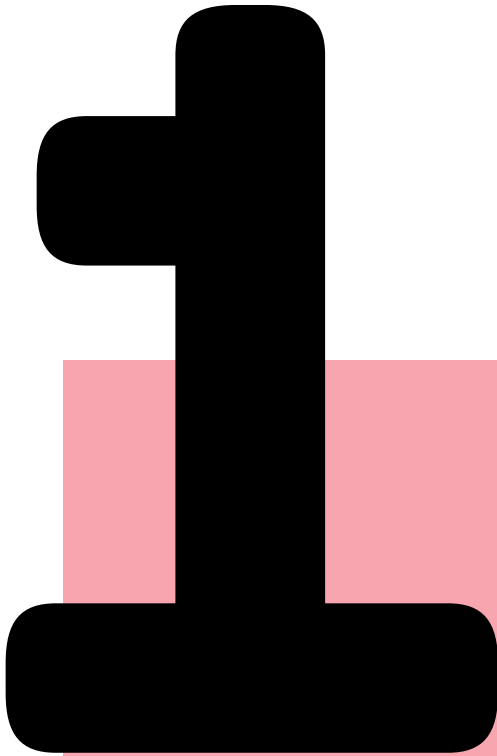
Voor lokale samenwerking staat de eilandjescultuur van veel Rotterdamse instellingen echter nog in de weg. Veel instellingen zijn bezig met hun eigen digitale transformatie en zien nog maar beperkt de mogelijkheden voor transformatie op bredere schaal. Op makersniveau ontstaan via digitale netwerken wel nieuwe, collectieve vormen van samenwerking. Dit biedt ook mogelijkheden om de solidariteit onder Rotterdamse makers te vergroten.

De gemeente Rotterdam heeft het voornemen om een digitale voorbeeldstad te zijn en presteert in andere sectoren goed op het gebied van digitalisering. Met betrekking tot de digitale transformatie van culturele veld heeft de gemeente nog geen uitgewerkte visie. Met dit advies wil de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur het gesprek over digitalisering in de cultuursector op gang brengen, om zo bij te dragen aan een integrale visie voor digitalisering voor de cultuursector van Rotterdam.

De Raad beveelt de culturele instellingen in Rotterdam aan om 'digital natives' meer te betrekken binnen de organisatie, om de (intersectorale) samenwerking met anderen op te zoeken, om fair pay naar het digitale domein te vertalen en om de ethische vraagstukken omtrent privacy en dataverzameling niet uit het oog te verliezen.

De Raad beveelt de gemeente Rotterdam aan om een integrale visie uit te werken voor de digitale transformatie in de stad waar de culturele sector ook een plek in heeft. Ook zou er moeten worden onderzocht of het subsidiestelsel in Rotterdam meer ruimte kan bieden voor instellingen om aan de slag te gaan met digitalisering. De meeste huidige subsidie-mogelijkheden bieden onvoldoende ruimte voor instellingen en makers om te experimenteren en investeringen te doen met oog op de lange termijn. Subsidiënten die prestatie-eisen stellen houden bovendien nog onvoldoende rekening met digitale culturele activiteiten en digitale bezoeker-saantallen. Digitale culturele activiteiten moeten als volwaardig cultureel aanbod beschouwd worden.

Voor sommige makers en bezoekers is kunst- en cultuur juist een ontsnapping van de digitale wereld. De Raad vindt het van belang dat deze mensen zich ook nog thuis voelen en kunnen herkennen in het culturele veld in Rotterdam. Het is dus vooral zaak om goed na te gaan wat de kansen van digitalisering zijn voor ieders praktijk en niet zomaar mee te gaan met digitaliseringstrends. Hiervoor is het noodzakelijk om het gesprek over digitalisering op breed niveau te voeren en ook ruimte te laten voor kritische geluiden.



**Kader**

## Aanleiding

Digitale technologie is niet meer weg te denken uit onze leefwereld. Het dringt door tot in de haarvaten van onze samenleving, en is dus ook in de kunst- en cultuursector onmisbaar geworden.

De manier waarop mensen cultuur beleven, informatie opzoeken en contact maken met elkaar is daarmee ook veranderd. Technologische ontwikkelingen zoals kunstmatige intelligentie<sup>2</sup>, Linked Open<sup>3</sup> Data, virtual<sup>4</sup> en augmented reality<sup>5</sup>, en de alomtegenwoordigheid van sociale media hadden ook vóór de coronapandemie al gevolgen voor de kunsten in Rotterdam.

De vraag hoe technologische ontwikkelingen kunst en cultuur beïnvloeden is dan ook geen nieuwe. Echter heeft de RRKC tijdens de pandemie waargenomen hoe de brede toepassing van digitale technologie een vlucht heeft genomen, waardoor voor sommige instellingen en makers in de stad mogelijkheden ontstonden om te blijven produceren tijdens de lockdowns. Digitalisering werd dus ingezet om de wendbaarheid van het culturele veld te versterken. Zo zijn er onder de druk van corona in Rotterdam nieuwe digitale initiatieven tot stand gekomen, met samenwerkingen die er tot dan toe niet waren. Dat kon gaan om distributie en vertoning (bijvoorbeeld de samenwerking van IFFR met IDFA en het Nederlands Filmfestival), om livestreams van voorstellingen (Scapino, Theater Rotterdam en anderen), digitaal aanbod van cultuureducatie en online festivals.

In 2021 beschreef de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur (hierna: de Raad of RRKC) al hoe de coronacrisis een vliegwiel voor verandering kon worden<sup>6</sup>. Dit advies gaat verder in op één aspect van deze verandering, namelijk digitalisering, en onderzoekt de gevolgen hiervan. Hiermee wil de RRKC de kansen en uitdagingen op het gebied van digitalisering onder de aandacht brengen.

De RRKC haakt daarmee ook in op een van de aanbevelingen uit het advies van de Denktank New Deal Cultuur<sup>7</sup>. Hierin wordt aan het gemeentebestuur en de cultuursector geadviseerd om onderzoek te doen, te investeren en te innoveren met focus op digitalisering, nieuwe generaties en samenwerking. Om dit goed te kunnen doen, moeten deze ontwikkelingen in kaart gebracht worden en in een bredere maatschappelijke context worden geplaatst.

2 Kunstmatige intelligentie heeft betrekking op systemen of machines die onze eigen intelligentie nabootsen om taken uit te voeren en die zichzelf tijdens dat proces kunnen verbeteren op basis van de vergaarde informatie.

3 Linked Open Data (ook wel LOD) is een manier om gegevens zodanig online te publiceren dat ze (her)bruikbaar zijn. Dit kan gaan om diverse soorten data zoals digitale of gedigitaliseerde materialen als tekst, afbeeldingen, audiovisueel of 3D-materiaal, of informatie over materialen en processen: de metadata. Door middel van LOD kunnen objecten en data van zowel binnen als buiten de sector aan elkaar worden verbonden en worden hergebruikt.

4 Virtual reality (VR) is een computertechniek waarbij het lijkt alsof je in een andere werkelijkheid bent. Door een speciale VR-bril wordt de zichtbare werkelijkheid vervangen door computergegenereerd beeld.

5 Augmented reality is een live beeld van de werkelijkheid waaraan elementen worden toegevoegd door een computer. Door bijvoorbeeld door camera van een telefoon te kijken, kunnen dingen op het scherm van de telefoon worden weergegeven die er in werkelijkheid niet zijn. Zo kan bijvoorbeeld aanvullende informatie over een kunstobject op het scherm van de telefoon worden getoond.

6 <https://www.rrkc.nl/corona/>

7 De Rotterdamse Denktank New Deal Cultuur formuleerde een advies om de Rotterdamse cultuursector weerbaarder, wendbaarder en veerkrachtiger uit de coronacrisis te laten komen. Het adviesrapport van de Denktank is door voorzitter Mariëtte Hamer op woensdag 12 mei 2022 overhandigd aan cultuurwethouder Said Kasmi. Het rapport bevat aanbevelingen aan het gemeentebestuur en de cultuursector langs drie sporen: continueren van noodsteun, inzetten van een vliegwiel om de cultuursector zo snel mogelijk weer op gang te brengen en inzetten op transitie door te investeren in innovatie.

## Leeswijzer

Dit advies is opgedeeld in vier hoofdstukken. In hoofdstuk 1 schetst de Raad het kader van het advies en gaat daarbij in op de beleidscontext van de digitale transformatie in de cultuursector. In hoofdstuk 2 schetst de Raad door middel van casuïstiek welke ontwikkelingen op het gebied van digitalisering hebben plaatsgevonden in Rotterdam, en gaat in op de kansen en uitdagingen die instellingen en makers op dit vlak zijn tegengekomen. De Raad constateert dat er met name op het gebied van publieksbereik en samenwerking veel kansen liggen in digitalisering en dat de grootste uitdagingen voornamelijk te maken hebben met financiering. In hoofdstuk 3 omschrijft de Raad hoe digitalisering van invloed is op de centrale beleidsthema's van het stedelijk cultuurbeleid: inclusiviteit, innovatie en interconnectiviteit. Het hoofdstuk maakt duidelijk dat recente innovaties met name veranderingen betreffen in de organisatiecultuur van de instellingen, dat inclusiviteit door middel van een hybride model vergroot kan worden en dat digitalisering kansen biedt tot nieuwe samenwerkingsverbanden. Tot slot doet de Raad in hoofdstuk 4 een aantal aanbevelingen om de digitale transformatie in de cultuursector in goede banen te leiden, en komt tot de conclusie dat het gemeentebestuur en de cultuursector de digitale transformatie in Rotterdam kunnen voeden door meer ruimte te maken voor digitale innovatie.

De aanbevelingen in dit advies zijn zowel gericht aan het Rotterdamse college van B&W als de culturele instellingen. De Raad wil benadrukken dat dit advies is geschreven voor de Rotterdamse context. Hoewel veel van de beschreven ontwikkelingen ook op landelijke of mondiale schaal plaatsvinden, zijn een aantal factoren die genoemd worden in het advies specifiek voor Rotterdam. In hoofdstukken 2 en 3 zijn kaders met voorbeelden verwerkt in de tekst om vormen van digitale transitie aan de hand van Rotterdamse casussen te illustreren.

In bijlage 1 is een begrippenkader met technische termen rondom digitalisering te vinden. Bijlage 2 is een overzicht van culturele subsidies en fondsen rondom het thema digitalisering.

## Werkwijze

Dit advies heeft het doel om de ontwikkelingen, kansen en uitdagingen op het gebied van digitale transformatie in kaart te brengen voor de cultuursector.

### **Het advies heeft daarmee drie functies:**

- 1.** om de (recente) digitale ontwikkelingen die in Rotterdam hebben plaatsgevonden te signaleren;
- 2.** om de kansen en uitdagingen hiervan in kaart te brengen, en aanbevelingen te doen tot het optimaliseren van de digitale transformatie(s) in het Rotterdamse culturele veld;
- 3.** om de achterliggende vraagstukken over de maatschappelijke impact van digitalisering in het cultuursector uit te lichten voor de gemeente en het culturele veld.

### **De volgende vragen zijn leidend geweest in het adviesproces:**

- Wat is de huidige stand van zaken rondom de digitale transitie in de Rotterdamse cultuursector? Wat beklijft er van de versnelde ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden tijdens de coronacrisis?
- Wat zijn de kansen en uitdagingen van de digitale transitie voor de Rotterdamse cultuursector?
- Wat is de invloed van de digitale transitie op de centrale thema's van het stedelijk cultuurbeleid: inclusiviteit, innovatie en interconnectiviteit (hierna: de drie I's)?



Om deze vragen te beantwoorden, verrichtte het bureau van de RRKC documentenonderzoek en web research, nam deel aan veldbijeenkomsten over digitalisering, en nam interviews af met culturele instellingen, makers, onderzoekers en beleidsmakers.

Er zijn in totaal 23 interviews afgenomen, verspreid over twee rondes. De eerste ronde bestond uit oriënterende gesprekken, om de verschillende perspectieven op digitalisering in kaart te brengen. Dit waren open interviews waarbij gebruik werd gemaakt van een themalijst. De tweede ronde bestond uit verdiepingsgesprekken, waarin werd ingegaan op specifieke vraagstukken uit de oriëntatieronde.

Voor dit advies heeft de Raad met name gekeken naar partijen die leidend zijn in de digitale transformatie in de cultuursector, ofwel door als instelling of maker zelf aan de slag te gaan met digitalisering, ofwel door op een andere manier hierop aan te sturen, bijvoorbeeld als kennisbank, beleidsmaker of fonds.

In juli 2022 organiseerde de Raad een bijeenkomst om dieper in te gaan op de kansen en uitdagingen van de digitale transitie en stil te staan bij Rotterdamse perspectieven op het onderwerp. Voor deze bijeenkomst zijn dertien deelnemers (instellingen of makers uit Rotterdam) uitgenodigd om op door de Raad opgehaalde perspectieven op digitalisering te reageren.

Tijdens deze bijeenkomst is ook een sessie geleid door het Kennisinstituut cultuur en digitale Transformatie (hierna: DEN), waarin de dertien deelnemers voor hun eigen praktijk konden nagaan waar zij stonden in het proces van digitale transformatie.

De bevindingen die opgehaald zijn door het bureau van de Raad werden op twee momenten tijdens de raadsvergaderingen van de RRKC gepresenteerd en besproken. Vanuit de Raad zijn de (ex-)leden Marjolein Warburg en Gyzlène Kramer-Zeroual als meelezers en meedenkers betrokken bij de totstandkoming van dit advies.

De Raad erkent dat de opgehaalde data niet representatief of generaliseerbaar zijn voor de gehele Rotterdamse cultuursector. Het advies geeft wel een indicatie van de ontwikkelingen op het gebied van digitalisering en dient ertoe om het gesprek over dit belangrijke maatschappelijke onderwerp op gang te krijgen in de cultuursector.

## Context

### Wat is de digitale transformatie?

Om het concept digitale transformatie goed te begrijpen, is het belangrijk om het begrip digitalisering toe te lichten. Digitalisering werd oorspronkelijk gedefinieerd als het omzetten van fysieke of analoge informatie naar digitale informatie. Denk bijvoorbeeld aan het inscannen van een foto om er een digitale kopie van te maken. Tegenwoordig heeft digitalisering niet alleen betrekking op fysieke objecten, zoals een foto of document, maar ook op processen en belevingen. Denk hierbij aan het delen van een foto in een cloud, of de foto te vertalen naar een virtueel 3D-model waar men in kan stappen via virtual reality-technologie'. Met de komst van de metaverse<sup>8</sup> nemen de mogelijkheden van digitalisering alleen maar toe.

Digitale transformatie is het integreren van digitale technologie binnen organisaties om een stap te maken naar een (meer) digitaal georiënteerde, toekomstbestendige organisatie. Het doel hiervan is om nieuwe waarde te creëren en impact te maken door middel van digitale technologie. Waar digitalisering dus gaat over een het gebruik van technologie, gaat digitale transformatie ook over een cultuurverandering.

#### ***Digitale transformatie: voorbeeld***

Een theater implementeert blockchaintechnologie om het publiek vooraf mee te laten beslissen over de programmering. Deelnemers worden hiervoor beloond met digitale tokens, waar ze in het theater consumpties mee kunnen afrekenen. Deze innovatie verandert het bedrijfsproces, maar ook de relatie tussen het publiek en het theater, en heeft verrijkende gevolgen voor alle betrokken partijen.

<sup>8</sup> De metaverse verwijst naar een virtuele, gedeelde ruimte die constant in ontwikkeling is en onafhankelijk van de individuele gebruiker blijft bestaan. Door middel van virtual reality zou de gebruiker met andere gebruikers kunnen interacteren. Het is dus als het ware een ruimte die alleen digitaal te betreden is. Een voorloper van de metaverse is het platform Second Life, waar gebruikers via avatars met elkaar interacteren in een virtuele wereld. Op dit moment is de metaverse nog niet breed toepasbaar en volop in ontwikkeling. Veel bedrijven zien hierin de toekomst en zetten zich in om dit een realiteit te maken.

## **Beleidscontext**

### **Rotterdamse beleidscontext**

Al voor de coronapandemie had de gemeente Rotterdam ambities om digitale technologie breder in te zetten voor de stad. Hiervoor is een aanzet gemaakt met het programma 'Smart City'<sup>9</sup> en het aanstellen van een Chief Digital Officer (CDO). De CDO richt zich vooral op de rol die digitalisering heeft in de leefwereld van de bewoners van de stad en is mede aangesteld om de gemeente te helpen om in 2025 een digitale voorbeeldstad<sup>10</sup> te worden.

Momenteel zijn er geen cijfers bekend bij de Raad over de digitale geletterdheid in Rotterdam, maar op landelijke niveau is wel bekend dat 20 procent van de bevolking geen of weinig digitale basisvaardigheden beheerst<sup>11</sup>. Binnen het bureau van de CDO wordt daarom ook ingezet op digitale inclusie. Ook wordt in het Rotterdamse coalitieakkoord van 2022 aandacht besteed aan het verbeteren van digitale vaardigheden, en bieden Rotterdamse bibliotheken cursussen hierover aan.

In Rotterdam ligt op ambtelijk niveau de focus van digitalisering vooral op het ontwikkelen van een Smart City. Er lopen vanuit de verschillende beleidsclusters en uitvoerende diensten innovatieprojecten op het gebied van digitalisering. Het huidige college van B&W besteedt in het coalitieakkoord van 2022 echter nauwelijks aandacht aan wat digitale transformatie betekent voor de verschillende sectoren in de stad. Het college maakt daarin ook niet de verbinding tussen de digitale transformatie en het culturele veld.

Het bureau van de CDO wil met het culturele veld samenwerken en spreekt bijvoorbeeld al met de SKVR, maar zoekt nog naar de juiste manier en heeft naar eigen zeggen<sup>12</sup> weinig internationale voorbeelden op dit gebied. Het valt de Raad op dat cultuur onderbelicht is in de ambities van de gemeente op het gebied van digitalisering. Terwijl de cultuursector juist tijdens de coronapandemie veel stappen heeft gezet op dit vlak.

9 Smart Cities zoeken manieren om de leefbaarheid, bereikbaarheid, duurzaamheid en het economische klimaat te verbeteren door middel van digitalisering, en de grootschalige verzameling en het gebruik van data. Denk aan projecten als geautomatiseerde afvalverwerking.

10 <https://www.rotterdam.nl/wonen-leven/rotterdam-digitaal/>

11 <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/19/nederland-europese-koploper-digitale-vaardigheden>

12 Dit kwam naar voren in een oriënterend gesprek van het bureau van de RRKC met het bureau van de CDO.

**Denktank New Deal Cultuur**

In mei 2021 verscheen het advies van de Denktank New Deal Cultuur<sup>13</sup>, dat aanbevelingen bevat om de Rotterdamse cultuursector weerbaarder, wendbaarder en veerkrachtiger uit de coronacrisis te laten komen. Het adviesrapport bevat aanbevelingen aan het gemeentebestuur en de cultuursector langs drie sporen: continueren van noodsteun, inzetten van een vliegwiel om de cultuursector zo snel mogelijk weer op gang te brengen en inzetten op transitie door te investeren in innovatie.

Over digitale innovatie stelt de Denktank: 'Digitale technologie zien we als een bijzonder en mogelijk waardevol element in het realiseren van nieuwe vormen en praktijken die een weerbare en eigentijdse Rotterdamse cultuursector kunnen schragen. Het afgelopen jaar heeft laten zien dat de cultuursector haar toevlucht heeft gezocht in online aanbod van cultuur.'

Volgens de Denktank geven veel makers en instellingen aan 'dat ze voor de toekomst die route verder willen ontwikkelen, omdat hun digitale aanbod nog verdere aanpassing en ontwikkeling behoeft. Dat geldt voor zowel de uiteindelijke inhoud als de vorm waarin het bij het (potentieel) geïnteresseerde publiek binnenkomt, voor de constellatie waarbinnen het gerealiseerd moet worden, zowel technisch als organisatorisch (inclusief bedrijfsmatig), en voor wat betreft marketing, platforms en optimalisatie van bereik, zowel lokaal, nationaal als internationaal.'

Cultuurwethouder Said Kasmi heeft gezegd de aanbevelingen van de Denktank op te pakken, maar heeft tot op heden nog niet concreet gemaakt hoe het advies zal worden toegepast. De Denktank is inmiddels wel weer bij elkaar om het advies naar een volgende fase te brengen.

**Metropoolregio Rotterdam - Den Haag**

In 2021 heeft Metropoolregio Rotterdam - Den Haag (MRDH) door het onderzoeksbureau Dialogic onderzoek laten uitvoeren naar een digitaliseringsstrategie. <sup>14</sup>Doel is om de MRDH-gemeenten handelingsperspectieven te bieden om efficiënt digitaliseringsbeleid in te richten.

In het onderzoeksrapport van de MRDH worden de kansen, mogelijkheden, bedreigingen en belangen op het gebied van digitalisering beschreven. Over Rotterdam schrijft de MRDH onder andere dat de stad beschikt over een integrale digitale strategie in de vorm van een digitaliseringsagenda, een Smart City-agenda en een Chief Digital Officer (CDO), en dat de hoeveelheid en complexiteit van de Rotterdamse digitaliseringsprojecten een mogelijke zwakte is.

Het rapport concludeert dat MRDH-gemeenten in hun digitale transformatie veelal gehinderd worden door een gebrek aan capaciteit, ethische vraagstukken over algoritmes, eigenaarschap van data, gebrek aan continuïteit van pilots en een beperkte vraag van inwoners en bedrijven. Cultuur wordt ook in dit rapport niet genoemd.

<sup>13</sup> <https://persberichtenrotterdam.nl/wp-content/uploads/sites/4/Advies-Denktank-New-Deal-Cultuur-Rotterdam-mei-2021.pdf>

<sup>14</sup> <https://www.dialogic.nl/projecten/digitale-strategie-voor-de-metropoolregio-rotterdam-den-haag/>

**Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap**

Niet alleen lokaal, ook landelijk gaat er veel aandacht uit naar digitalisering. Digitalisering wordt ook bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap veelal gezien als een manier om de cultuursector wendbaarder te maken. Zo stelt staatssecretaris Gunay Uslu (Cultuur en Media) in haar 'Hoofdlijnenbrief cultuur 2022' dat zij innovatie wil blijven ondersteunen, omdat dit de sector sterker en flexibeler maakt.

Verder zijn er vanuit het ministerie regelingen via fondsen die culturele instellingen financiële ondersteuning bieden bij digitaliseringsprojecten.<sup>15</sup> Maar subsidieverlening door de Rijksoverheid kan de opgaven waar de cultuursector momenteel mee te maken heeft slechts gedeeltelijk oplossen, schrijft de Raad voor Cultuur in het advies 'Beweging in het bestel'.<sup>16</sup> Een opvallend punt uit het rapport is dat het huidige subsidiestelsel onvoldoende is aangepast op de grote opgaven waar de sector voor staat (zoals bijvoorbeeld het realiseren van een eerlijke arbeidsmarkt binnen het culturele veld).

In het advies 'Digitalisering als kans'<sup>17</sup> (september 2022) gaat de Raad voor Cultuur in op de digitaliseringsontwikkelingen op landelijk niveau. Een aantal constatering en aanbevelingen van de Raad voor Cultuur komen overeen met de aanbevelingen in dit RRKC-advies. Dit is logisch, omdat digitalisering niet alleen op lokaal, maar ook landelijk niveau plaatsvindt. Culturele instellingen en makers in heel Nederland ervaren dan ook veel van dezelfde problemen. Wel heeft Rotterdam te maken met een eigen cultuurbeleid en cultureel ecosysteem, waardoor de digitale transformatie hier toch een eigen karakter krijgt. Dit illustreert de RRKC aan de hand van Rotterdamse casussen in de volgende hoofdstukken.

**Kennisinstituut Cultuur en Digitale Transformatie (DEN)**

Een van de belangrijkste aanjagers van de digitale transformatie binnen de cultuursector is DEN, het Kennisinstituut cultuur en digitale transformatie. DEN doet dit door trends te signaleren, innovatie te ondersteunen, en kennis en tools te ontwikkelen. Volgens het kennisinstituut zou digitale transformatie leiden tot een verandering in producten, publieksbereik, waardepropositie en werkwijze.

DEN publiceert regelmatig onderzoeken, educatieve tools en modellen op het gebied van digitalisering. Zo heeft het kennisinstituut in 2022 het Focusmodel<sup>18</sup> ontwikkeld, dat culturele organisaties helpt reflecteren op hun digitaliseringsprocessen. Door middel van vier aspecten (Creatie, Beleving, Waarde en Proces) kunnen instellingen nagaan hoe zij digitale technologie inzetten en waar ze stappen kunnen zetten naar een integraal beleid voor digitale transformatie. De RRKC heeft gebruik gemaakt van dit focusmodel tijdens het onderzoek voor dit advies.

15 Voor een overzicht van fondsen en subsidieregelingen op het gebied van digitalisering in de cultuursector zie bijlage 2.

16 <https://www.raadvoorcultuur.nl/documenten/adviezen/2022/03/31/beweging-in-het-bestel>

17 <https://www.raadvoorcultuur.nl/documenten/adviezen/2022/09/06/digitalisering-als-kans>

18 <https://www.den.nl/aan-de-slag/focusmodel>

### **Vereniging Nederlandse Gemeenten**

Net als de RRKC constateren ook de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) en adviesbureau Berenschot dat de ontwikkeling van vernieuwend cultureel aanbod sinds de pandemie in een stroomversnelling is geraakt. Zo stellen zij in deel twee van hun informatiegids 'Corona, Cultuur en Gemeenten'<sup>19</sup> dat nieuwe presentatievormen – zowel fysiek als hybride en digitaal – werden omarmd tijdens de pandemie. Het merendeel van de instellingen geeft aan met deze vormen door te willen gaan – in sommige gevallen omdat deze presentatievormen een artistieke meerwaarde hebben, in andere gevallen omdat nieuwe publieksgroepen worden bereikt.

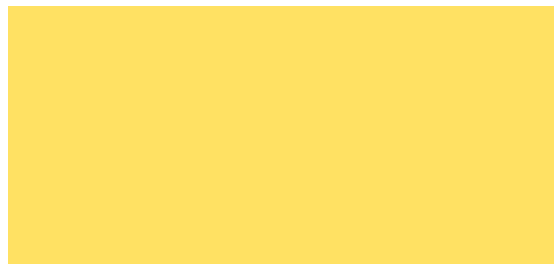
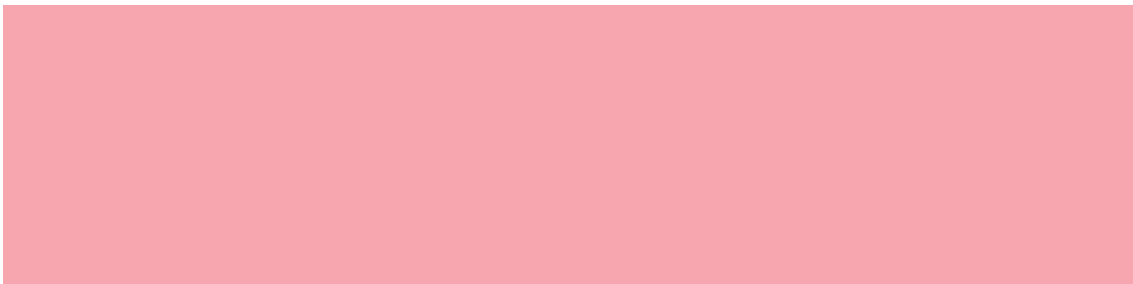
In de gids noemt men voorbeelden van digitaliseringstrends in de cultuursector, waaronder grotere activiteit op sociale media, toename van online bijscholing, nieuwe vraagstukken over eigenaarschap van data, en de groeiende kloof tussen digitaal wel en niet vaardig.

Een groot knelpunt bij digitalisering in het culturele veld is het ontbreken van een goed verdienmodel voor online aanbod. De informatiegids beschrijft dat een professioneel uitgevoerd digitaal aanbod hoge kosten met zich meebrengt en veelal niet haalbaar is voor kleinere instellingen. De eigenaarschap van creatieve uitingen en een eerlijke vergoeding voor makers van digitale content zijn bovendien ook niet goed geregeld. Tot slot is de bescherming van privacy en data van zowel instellingen als publiek ondermaats.

Uit de bovengenoemde onderzoeks- en adviesrapporten blijkt dat er sinds de coronapandemie veel aandacht is voor digitalisering in de cultuursector. Verschillende onderzoeks- en adviesbureaus en commissies (Berenschot, Raad voor Cultuur, R2 Research, Denktank New Deal Cultuur, Boekmanstichting) besteden aandacht aan het thema en zien in digitalisering een mogelijkheid om de weerbaarheid en wendbaarheid van de sector te versterken.

Echter constateert de Raad dat er vanuit de gemeente Rotterdam nog weinig aandacht wordt besteed aan digitalisering binnen de cultuursector, terwijl hier wel kansen liggen om digitale innovatie te stimuleren en daarmee een bijdrage te leveren aan het imago van Rotterdam als digitale voorbeeldstad.

<sup>19</sup> <https://vng.nl/publicaties/corona-cultuur-en-gemeenten-deel-2>



# 2

**De Rotterdamse  
Cultuursector  
in Digitale  
Transformatie**

## Opvallende ontwikkelingen op het gebied van digitalisering

Toen Nederland – en daarmee de cultuursector – in maart 2020 voor het eerst op slot ging, werd het belang van digitalisering in een klap duidelijk. De behoefte om via digitale technologie met elkaar in contact te komen, informatie uit te wisselen en te archiveren nam de afgelopen twee jaar alleen maar toe. Culturele instellingen zagen zich genoodzaakt om zich op nieuwe manieren te verbinden aan hun publiek, en presentatievormen te vinden die niet aan een fysieke plek geboden zijn.

Ook in de Rotterdamse cultuursector was deze tendens zichtbaar. Zo constateert de Raad dat meerdere instellingen hebben geëxperimenteerd met vormen van (live)streaming, er nieuwe educatieve activiteiten zijn ontworpen, er meer uit archieven werd ontsloten via digitale media, en nieuwe digitale platforms en organisatiestructuren werden ontwikkeld.

Hieronder volgen een aantal ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden in Rotterdam.

### **Meer vormen van publieksbeleving**

Op het gebied van streaming heeft de Raad tijdens de coronacrisis ontzettend veel nieuwe initiatieven gezien. Veel instellingen investeerden in apparatuur en kennis om tijdens de lockdowns toch programmering aan hun publiek te kunnen bieden.

In het begin van de coronacrisis leidde dit tot een overvloed aan streams. Nu de sector weer open is, gaan instellingen hier veel doelgerichter mee om. Sommige producties lenen zich immers beter voor streaming dan anderen.

Streaming van evenementen is niet de enige nieuwe vorm van publieksbeleving die breder is toegepast sinds de pandemie. Ook het aantal online radiostations en podcasts namen toe, net als hun bereik. Veel instellingen gingen radiomaken om hun publiek te blijven bereiken tijdens de lockdowns – soms zelf, soms door aan te sluiten bij bestaande radiostations. Zo maakt Operator Radio programma's met diverse instellingen en streamt het online radiostation nu ook evenementen in het buitenland.

Sommige instellingen gingen tijdens de pandemie volledig digitaal. Het Internationaal Film Festival Rotterdam (IFFR) ontwikkelde met behulp van internetbureau BURST (dat inmiddels IO heet) bijvoorbeeld twee volledig digitale festivaledities.

**Gården** is een volledig digitaal poppodium, ontwikkeld in Rotterdam. Het publiek heeft slechts een internetnetverbinding nodig om overal ter wereld mee te kunnen kijken. Optredens van lokale en (inter)nationale artiesten worden door Gården online gestreamd. Het eindproduct ligt ergens tussen een concertvideo en een videoclip. Zo weet Gården streaming naar een nieuw niveau te tillen.



### Innovatieve educatieve tools

Door de sluiting van zowel de deuren van culturele instellingen als het onderwijs ontstond tijdens de pandemie een gebrek aan cultuureducatie in de stad. Dit heeft een impuls gegeven aan digitale ontwikkelingen op dit gebied. Sommige culturele instellingen zijn educatieve projecten gaan ontwikkelen of distribueren met behulp van digitale technologie. Zo ontwikkelde **Kunstinstituut Melly** pdf-documenten met activiteiten die thuis of in de klas uitgevoerd kunnen worden. Deze werden veel gebruikt door scholen en zijn nog steeds populair onder kunstdocenten.

**Museum Boijmans van Beuningen** ontwikkelde samen met grafisch ontwerper **Brigitte Jansen** 'Kunst kijken met Boijmans'. Met deze online cursus kan de gebruiker op een andere manier naar kunst leren kijken. Deelnemers worden bovendien uitgedaagd hun eigen smaak te ontdekken.

De cursus is gebaseerd op het concept 'Art Mediation', een actieve vorm van 'bemiddeling' tussen de kijker en het kunstwerk, waarbij dieper wordt ingegaan op de beleving van het werk. Dit is een mooi voorbeeld van hoe digitale technologie de mogelijkheden binnen cultuureducatie kan vergroten.

### Nieuwe samenwerkingsvormen

Digitale technologie werd afgelopen jaren ook ingezet om individuele makers met elkaar en hun publiek te verbinden. Makers en instellingen weten elkaar steeds beter te vinden via online media. Dit leidt weer tot veel nieuwe samenwerkingen en samenwerkingsvormen.

Denk aan samenwerkingsverbanden tussen makers en instellingen die landsgrenzen overstijgen, maar ook nieuwe vormen van interactiviteit tussen makers onderling. Zo zijn er bijvoorbeeld makers die door hun maakproces online te delen anderen de mogelijkheid bieden mee te kijken en soms zelfs mee te denken over het werk.

**Kunstambassade** is een online platform dat beeldende kunstenaars met elkaar verbindt, en het publiek een kijkje biedt in de ateliers van de aangesloten makers. Het platform functioneert zo als een soort digitaal raam waar de bezoeker doorheen kan gluren en vervolgens aan kan kloppen om meer te weten te komen over het werk van de kunstenaar. De Kunstambassade stelt makers in staat om zich beter te organiseren en onafhankelijk van instellingen collectieve projecten te realiseren.

### Meer gebruik van sociale media

Veel culturele instellingen maakten voor de coronacrisis al veelvuldig gebruik van sociale media. Maar ook instellingen die nog niet zo actief waren, ondervonden dat ze hun bereik kunnen vergroten door aanwezig te zijn op digitale platformen. Zo ontsluiten veel instellingen meer informatie via sociale media over de achterliggende maak- en productieprocessen om hun volgers beter te betrekken bij hun werk. Sociale media bieden ook mogelijkheden tot interacties met publiek die offline minder goed mogelijk of minder efficiënt zijn.

Naast een toename in het gebruik van sociale media ziet de Raad ook een verandering in de gebruikswijze. Waar socialemediakanalen oorspronkelijk vooral gebruikt werden voor marketing en promotiedoeleinden, worden zij nu ook ingezet als digitale ruimte waarbinnen artistiek werk kan worden gedeeld. Zo ontwikkelde het spokenwordplatform **Spraakuhloos** een online open podium dat volledig via Instagram plaatsvond.

### Nieuwe culturele platforms en organisatiestructuren

Kenmerkend aan bovenstaande ontwikkelingen is een positieve houding naar digitalisering. Maar de Raad ziet ook ontwikkelingen die ontstaan zijn vanuit een sterke kritische houding naar aspecten van digitalisering. Juist door te focussen op de gebreken en risico's kunnen er mooie nieuwe initiatieven ontstaan.

**Het Nieuwe Instituut** ontwikkelde het platform **ENTER**, een online platform gericht op het maken van hybride culturele programma's waarin de mens centraal staat. ENTER is een kritische reactie op de steeds groter wordende rol van socialemediaplatforms als Facebook en Instagram. Gebruikers van ENTER kunnen samenwerken, evenementen streamen en artistiek werk tonen.

Afgelopen jaren zijn instellingen bewuster geworden van de nieuwe organisatiestructuren die digitale technologie te bieden heeft. Zo heeft **WORM** de ambitie te experimenteren met vormen van 'decentrale autonome organisatie'<sup>1</sup>. Door middel van digitale toepassingen probeert de instelling de gemeenschappen waarmee zij samenwerkt meer zeggenschap te geven over het programma.

Er wordt meer gearchiveerd en meer archiefmateriaal wordt ontsloten.

Onder de erfgoedinstellingen zijn voor de pandemie al grote stappen gemaakt in het digitaliseren en ontsluiten van de archieven. Voor de meeste cultuurproducerende instellingen is dit nog relatief nieuw. De Raad ziet dat instellingen meer dan voorheen hun producties opnemen en online plaatsen.

De geïnformeerde lezer zal in het bovenstaande overzicht wellicht een aantal trends missen op het gebied van digitalisering in de Rotterdamse cultuursector. Het bovenstaande is dan ook niet bedoeld als een complete lijst van alle ontwikkelingen, maar biedt slechts een dwarsdoorsnede van de initiatieven die de Raad heeft waargenomen.

<sup>1</sup> Een decentrale autonome organisatie (DAO) is een organisatie die wordt bestuurd door een computercode. Het gebruikelijke bestuursmodel, met een bestuur en raad van toezicht, is hierbij niet meer van toepassing. Binnen een DAO kan niemand als eigenaar of eindverantwoordelijke worden aangewezen, en iedereen die dat wil kan meedoen binnen de organisatie.

## **Kansen en uitdagingen voor de sector**

De Raad heeft culturele instellingen en makers gevraagd waar zij kansen en uitdagingen zien als het gaat om de digitale transformatie van het culturele veld. Publieksbereik kwam in de interviews naar voren als de grootste reden om te digitaliseren, en is daarmee ook het aspect waar instellingen de meeste kansen zien. De grootste uitdaging die naar voren kwam uit de interviews is het gebrek aan kennis en (structurele) inkomsten om de digitale transformatie door te voeren. Hieronder volgt een overzicht van alle kansen en uitdagingen.

### **Kansen**

#### **Publieksbereik**

Veel culturele instellingen in Rotterdam zetten digitale middelen in om publiek te bereiken. Dit doen ze voor hun vaste publiek, maar ook om nieuwe bezoekers aan te trekken. Sommige publieksgroepen ervaren namelijk een bepaalde drempelvrees, waardoor ze niet snel een instelling binnen durven te stappen of niet goed weten wat er speelt. Door de activiteiten van de instelling online te delen, kan die drempelvrees gedeeltelijk worden weggenomen. Zo worden nieuwe publieksgroepen sneller aangesproken. De instellingen zien hier vooral kansen als het gaat om het aantrekken van jongeren.

Naast sociale drempels bestaan ook fysieke drempels om culturele instellingen te bezoeken. Mensen die bijvoorbeeld niet mobiel zijn of om andere redenen niet in staat zijn om een fysieke instelling te bezoeken, kunnen via digitale technologie de mogelijkheid krijgen om cultuur te beleven.

#### **Meer input publiek**

Door digitalisering is de rol van het publiek ten opzichte van de maker veranderd. Het publiek kan een meer coproducerende rol aannemen, bijvoorbeeld door via crowdfunding bij te dragen aan financiering, of via polls, chats en videocalls diens mening en interpretatie met makers of instellingen te delen. Via digitale toepassingen kan dus meer input van het publiek worden verzameld.

Door persoonlijke voorkeuren van het publiek te verzamelen, kan een culturele beleving ook helemaal toegespitst worden op een individu of groep. Het voordeel hiervan is dat je publiek beter weet te betrekken bij hetgeen je aanbiedt. Het aanbevelingssysteem van Netflix is hier een goed voorbeeld van. Door middel van algoritmes analyseert Netflix het kijkgedrag van de gebruiker om zo films en series te suggereren waarvan de kans groot is dat het de kijker interesseert.

Een aantal instellingen geeft aan hiermee te (willen) experimenteren door bezoekers bijvoorbeeld de mogelijkheid te geven een online profiel te creëren. Wanneer je als bezoeker terugkeert naar de website, houdt de instelling rekening met je voorkeuren. Een randvoorwaarde is wel dat de data en privacy van bezoekers beschermd moeten worden.

Meer input van het publiek biedt ook nieuwe mogelijkheden voor ondernemerschap en financiering. Via platforms als Patreon<sup>2</sup> en vormen van crowdfunding kunnen makers en instellingen hun projecten direct door hun publiek en fans laten financieren. Dit verandert ook de verhouding en betrokkenheid tussen de maker en het publiek.

### **Samenwerkingen**

De fysieke afstand tussen twee samenwerkingspartners is een minder groot obstakel bij digitale samenwerkingen. Zo kunnen zowel makers als instellingen beter en makkelijker samenwerken met nieuwe (internationale) partijen. In hoofdstuk 3 wordt hier uitgebreid op ingegaan en wordt de impact hiervan op de interconnectiviteit van de sector besproken.

### **Efficiënt gebruik van de (digitale) ruimte**

Sinds de pandemie stellen Rotterdamse instellingen zichzelf veel meer de vraag of het van toegevoegde waarde is om een product of proces in een fysieke ruimte aan te bieden als dit net zo goed online kan. Dit geldt ook voor interne processen, zoals vergaderingen. Instellingen die de mogelijkheden van digitale ruimte benutten, geven aan dat dit een positief effect heeft op de bedrijfsvoering. De sleutel zit hem in het toepassen van een hybride model voor cultureel aanbod. Hier wordt verder op ingegaan in hoofdstuk 3.

Of dit ook van invloed is op de culturele ruimteverdeling in Rotterdam is niet bekend bij de Raad. Echter zou dit weinig impact moeten hebben op de fysieke ruimte, omdat digitale culturele ruimtes vooral aanvullend worden gebruikt op de beschikbare fysieke ruimte, en dus niet ter vervanging ervan. De kans ligt hierin dus wat de Raad betreft vooral in het anders indelen van culturele ruimtes zodat digitale technologie deze kan aanvullen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan augmented reality-toepassingen<sup>3</sup> of QR-codes waardoor men ter plekke meer informatie over een werk kan zien, zonder dat dit ruimte inneemt in de tentoonstellingsruimte.

## **Uitdagingen**

### **Gebrek aan geld, personeel en kennis**

De Raad signaleert gebrek aan 'capaciteit' binnen de instellingen als grootste uitdaging van de digitale transformatie. Het begrip capaciteit kan hier op verschillende manieren worden geïnterpreteerd. Voor sommige instellingen is het een probleem met financiering voor apparatuur, voor andere instellingen gaat het om een personeelstekort of om een gebrek aan kennis. Bij veel instellingen is digitaal aanbod er bijgekomen naast de reguliere activiteiten, die met de heropening van de sector weer zijn opgepakt. Ze geven aan dat het daardoor voelt alsof ze veel meer personeel en geld nodig hebben om zowel offline als online cultuur aan te bieden, en moeten daarin keuzes maken die ze eigenlijk niet willen maken.

Een aantal geïnterviewden geeft ook aan dat ze het gevoel hebben dat er een kloof dreigt te ontstaan tussen instellingen die de capaciteit hebben om grote stappen te nemen naar digitale transformatie en instellingen die dit in mindere mate kunnen. De kansen rondom digitalisering hebben immers ook invloed op en hangen samen met belangrijke thema's als cultuurparticipatie en toegankelijkheid. Het gevolg is dat instellingen met meer capaciteit ook beter op zouden presteren op dit soort thema's. Geïnterviewden geven daarom aan dat het belangrijk is om de

<sup>2</sup> <https://www.patreon.com/nl-NL>

<sup>3</sup> Augmented reality is een live beeld van de werkelijkheid waaraan elementen worden toegevoegd door een computer. Door bijvoorbeeld door camera van een telefoon te kijken, kunnen dingen op het scherm van de telefoon worden weergegeven die er in werkelijkheid niet zijn. Zo kan bijvoorbeeld aanvullende informatie over een kunstobject op het scherm van de telefoon worden getoond.

voortgang van grote partijen op dit gebied niet te zien als de standaard, maar om rekening te houden met de beperkte capaciteit van kleinere instellingen.

Veel vraagstukken die bij digitalisering van de samenleving spelen zijn in feite ethische vraagstukken over afhankelijkheid, privacy en ongelijkheid. De RRKC ziet dat naar dit aspect van digitalisering minder aandacht uitgaat dan naar het creërende, innovatieve aspect. Dit is gedeeltelijk te verklaren door een gebrek aan kennis van bepaalde ict-systemen, zowel bij de instellingen als bij de bezoekers. De RRKC constateert dat hier relatief gemakzuchtig over wordt gedacht, zonder al te kritisch te kijken naar de praktijk.

Veel individuele makers zijn zich bovendien niet bewust van hun rechten als het gaat om digitale content. Omdat het voor sommige makers nog relatief nieuw is dat hun werk bijvoorbeeld door een instelling online wordt gepubliceerd, kunnen ze nog niet adequaat onderhandelen voor een eerlijke vergoeding. Zo krijgen sommige makers maar een kleine vergoeding, terwijl hun werk voor onbepaalde tijd online te bewonderen is. Er is daarom behoefte bij makers aan meer kennisdeling over auteursrechten en privacy in de digitale wereld.

### **Verdienmodellen**

De implementatie van digitale technologie in een organisatie levert meestal niet gelijk nieuwe inkomsten op. Voor veel culturele instellingen en hun bezoekers is het betalen voor digitaal aanbod nog relatief nieuw. Veel instellingen geven aan dat de vraag of zij geld moeten vragen voor online culturele content daarom ook zeer contextafhankelijk is. Ze willen niet voor alles wat zij digitaal aanbieden geld vragen, maar denken goed na over wat het achterliggende doel is.

Uit onderzoek van Rotterdam Festivals naar online cultureel aanbod<sup>4</sup> blijkt dat de meeste organisaties meer kans zien in het gratis aanbieden van online activiteiten. Door activiteiten gratis online aan te bieden denken zij bijvoorbeeld hun publieksbereik te vergroten. De grote uitzondering hierop is het aanbieden van online workshops. Slechts 29 procent van de respondenten gaf aan dit gratis te willen aanbieden. Opvallend is ook dat vooral festivals vaak kansen zien om digitale content betaald aan te bieden. Daarnaast valt op dat respondenten niet snel geld verwachten te vragen voor online muziekoptredens en online rondleidingen van tentoonstellingen (respectievelijk 8 en 6 procent).

Landelijk besteedt Cultuur + Ondernemen aandacht aan dit vraagstuk. Met een traject rondom hybride ondernemen<sup>5</sup> adviseert het kennisplatform instellingen bij het maken van keuzes op dit gebied. Denk aan een 'besliskaart' met diverse argumenten om een product of dienst wel of niet gratis online aan te bieden.

<sup>4</sup> <https://zakelijk.rotterdamfestivals.nl/nieuws/uitkomsten-onderzoek-online-cultureel-aanbod>

<sup>5</sup> <https://www.cultuur-ondernemen.nl/artikel/alles-over-hybride-ondernemen>

### **Inrichting van het subsidiestelsel**

In gesprekken met de RRKC geven meerdere instellingen en makers aan dat de indeling van het huidige subsidiebestel niet stimulerend werkt om te experimenteren met digitale innovatie. Er zou niet genoeg ruimte zijn om subsidieprojecten in te dienen zonder vooraf te weten wat de uitkomst is. Voor veel instellingen die intern niet genoeg kennis hebben van digitalisering zorgt dit ervoor dat ze afwachtend zijn met innoveren op dit gebied.

Zelfs met de coulance die vanuit de overheid als gevolg van corona wordt toegepast op de beoordeling van de instellingen, is er nog steeds een drempel om te experimenteren in de structuur van de organisatie. Terwijl dit nu juist nodig is voor een digitale transformatie.

Ook in het advies 'Beweging in het Bestel' van de landelijke Raad voor Cultuur wordt onderzocht dat het huidige bestel niet goed kan meebewegen met nieuwe praktijken in de sector. De toekomst vraagt om een subsidiestelsel dat gericht is op werkbare verantwoording en ruimte voor kansrijke ontwikkelingen, aldus de Raad voor Cultuur.

### **Afhankelijkheid van Big Tech**

In het vorige hoofdstuk kwam al kort aan bod dat sommige instellingen kritisch kijken naar hun afhankelijkheid van de Big Tech-industrie. Met Big Tech worden vooral de grootste en meest dominante bedrijven bedoeld op het gebied van informatietechnologie, bijvoorbeeld Meta (waar o.a. Facebook en Instagram onderdeel van uitmaken), Google, Microsoft, Apple, Netflix en Twitter.

De platforms die ontwikkeld zijn door deze bedrijven worden veel gebruikt in de cultuursector en daarbuiten. Hier zijn meerdere bezwaren tegen geformuleerd door instellingen en makers. Een aantal gaan over de functionaliteit van dit soort platforms voor culturele instellingen en makers. Zo zouden de algoritmes die veel sociale mediaplatforms gebruiken publieksbereik in de weg staan, zou de streamingkwaliteit matig zijn of worden accounts van instellingen om onduidelijke redenen door de platforms verwijderd. Instellingen streamen om deze reden vaak ook via hun eigen kanalen.

Andere bezwaren zijn meer van ethische aard. Het is immers maar in beperkte mate te controleren wat er gebeurt met de data van de instellingen en bezoekers die worden verzameld door sociale media. Toch maken de meeste instellingen gebruik van deze platforms – dit is immers waar veel van hun publiek actief is.



# 3

**De impact van de  
digitale transitie  
op de drie I's.**

De drie I's – inclusiviteit, innovatie en interconnectiviteit – zijn centrale thema's in het Rotterdamse cultuurbeleid voor de periode 2021-2024. Het college vroeg de RRKC in de adviesaanvraag van het vorige Cultuurplanadvies om deze thema's bij de beoordeling te betrekken, en om inclusiviteit zwaarder te laten wegen dan innovatie en interconnectiviteit. In 2019 schreef de RRKC ter voorbereiding op het Cultuurplanadvies een aantal beschouwingen over de drie I's, en lichtte daarin voor ieder thema de trends, kansen en uitdagingen uit.<sup>1</sup>

In dit advies stelt de RRKC de vraag welke impact de toenemende digitalisering heeft op deze drie beleidsthema's. Innovatie krijgt daarbij een centrale positie. Innovatie neemt namelijk een belangrijke rol in binnen de digitale transitie en is van invloed op de andere twee beleidskaders.

Hoewel er overlap tussen de drie I's bestaat, is het een waardevol analysekader, omdat hiermee de koppeling wordt gemaakt met bredere maatschappelijke opgaven die spelen in de cultuursector van Rotterdam. Hiermee tonen wij aan waarom de digitale transformatie van waarde kan zijn voor Rotterdam, en waarom het van belang is hier sturing aan te geven door culturele instellingen en de gemeente.

## **Innovatie: Waardeverschuiving en cultuurverandering**

Innovatie is voor meerdere interpretaties vatbaar. Innovaties kunnen technologisch zijn, maar ook sociaal of cultureel. Daarnaast kunnen ze betrekking hebben op het proces en/of op het product.

In de beschouwing van 2019 heeft de Raad een innovatiekader opgesteld waarin onderscheid wordt gemaakt tussen technologische en niet-technologise innovatie. Technologise innovatie houdt in dat de producten en processen op de werkvloer door middel van technologie worden vernieuwd. Onder niet-technologise innovatie wordt verstaan: sociale, markt-, businessmodel- en duurzame innovatie.

Bij digitale innovatie gaan technologise en sociale innovatie vaak hand in hand. Het gebruik van digitale communicatietechnologie (WhatsApp, e-mail, sociale media) beïnvloedt bijvoorbeeld hoe wij onze sociale contacten onderhouden en is daarmee ook een sociale innovatie.

Relatief recente vormen van technologise innovatie, zoals virtual reality, kunstmatige intelligentie en de metaverse, vinden langzaam hun plek in de cultuursector. Dit gebeurt vooral nog in niche-omgevingen waar de raakvlakken van technologie en kunst de primaire focus zijn, zoals Tec Art en Immersive Tech Week.

De vorm van innovatie die op veel grotere schaal heeft plaatsgevonden bij culturele instellingen tijdens de coronacrisis heeft meer te maken met waardecreatie. Hoewel veel culturele instellingen zich al bezighielden met digitalisering, is er in deze periode een waarneembare verschuiving van hun prioriteiten geweest. De vergrendeling van de cultuursector heeft immers als gevolg gehad dat instellingen (noodgedwongen) de kansen van digitalisering zijn gaan inzien en hier vol op zijn gaan inzetten. Omdat offline cultuur aanbieden tijdelijk niet mogelijk was, is er veel uitgeweken naar en geëxperimenteerd met online mogelijkheden.

<sup>1</sup> <https://www.rkrc.nl/2019/04/08/rkrc-brengt-trendanalyse-uit/>



Deze waardeverschuiving hangt samen met een cultuurverandering die onderdeel is van digitale transformatie. Bewustwording van de mogelijkheden van digitalisering, deze weten te waarderen en uitzoeken hoe deze te benutten, is immers nodig om digitale transformatie te bereiken. De sector heeft tijdens de coronacrisis dus goede stappen weten te maken op het gebied van digitale transformatie.

Deze waardeverschuiving vertaalt zich niet direct in financiële waarde. Dit kost waarschijnlijk nog wat tijd en is daarnaast niet altijd het primaire doel van het implementeren van digitale technologie. Instellingen zijn nog diverse vormen van financiering en nieuwe vormen van digitaal aanbod aan het ontdekken en maken daarvoor grotendeels gebruik van subsidiëring van fondsen en overheden, die ook zelf nog in een experimenteerfase zitten als het gaat om het financieren van de digitale transformatie.

### **Kunnen we dit momentum behouden?**

Het vasthouden van het momentum dat gecreëerd werd toen de sector op slot moest is een uitdaging. Veel instellingen hebben tijdens de coronacrisis snelle veranderingen doorgevoerd, maar de vraag is of deze structureel zullen blijken. In de New Deal Cultuur<sup>2</sup> wordt gesproken over een wendbare sector die meebuigt met nieuwe realiteiten. Maar betekent dit ook dat de sector terugbuigt in de oude vorm als het weer even kan?

Verschillende culturele instellingen geven in gesprekken met de RRKC aan dat ze een neiging in de sector voelen om terug te keren naar *'business as usual'* en daarmee digitale innovatie weer te parkeren. De lange lockdowns hebben gezorgd voor een behoefte aan fysiek contact. Het gevolg hiervan is dat veel instellingen in de afgelopen periode gefocust zijn geweest op het herstellen van het offline cultureel aanbod in de stad. Dit is voor velen namelijk nog steeds de primaire focus.

Zoals in het vorige hoofdstuk omschreven, wordt de ruimte om veelvuldig digitale technologie binnen de organisatie in te zetten ook sterk bepaald door de beschikbare (financiële) middelen, kennis en personeel. Als instellingen bijvoorbeeld iets willen streamen van hoge kwaliteit, hebben ze vaak extra personeel nodig, moeten ze nieuwe apparatuur aanschaffen of een externe partij betrekken. Dit is een belangrijke factor in het behouden van het momentum rondom digitale innovatie.

Een andere belangrijke factor, die ook samenhangt met de capaciteit, is het betrekken van *digital natives* binnen de organisatie. Dit zijn mensen die zijn opgegroeid met de informatietechnologie van het digitale tijdperk. Deze groep vindt vaak veel natuurlijker hun weg in een digitale of hybride wereld.

Voor jongeren die zijn opgegroeid met digitale media is de kruising/samenkomst van een digitale en fysieke beleving immers veel meer vanzelfsprekend.

Ten slotte is een integrale digitaliseringsstrategie een belangrijke factor voor het structureel maken van digitale innovaties. Organisaties die digitalisering door de hele organisatie belegd hebben en het onderdeel weten te maken van hun primaire bedrijfsstrategie, lijken de gemaakte innovaties makkelijker te kunnen behouden. Waar digitalisering voorheen vaak bij een IT- of communicatieafdeling werd ondergebracht, is het nu steeds meer iets dat door de gehele or-

<sup>2</sup> <https://www.rkrc.nl/2021/05/17/denktank-new-deal-cultuur-adviseert-gemeente-rotterdam/>

organisatie heen speelt of op directieniveau wordt aangepakt. Dit zorgt ervoor dat de eerdergenoemde verschuiving van prioriteiten binnen een organisatie makkelijker plaatsvindt en wordt vastgehouden, omdat de digitale innovatiestroom niet alleen de verantwoordelijkheid is van één afdeling of zelfs persoon. Organisaties die dit doen zien digitalisering vaak niet als iets wat ze 'erbij doen', maar als een centraal onderdeel van de bedrijfsstrategie.

### **De toekomst is steeds meer hybride**

De digitale wereld en offline wereld lopen steeds meer door elkaar heen, en dit zal met het verder ontwikkelen van immersieve technologie zoals virtual en augmented reality alleen maar meer het geval worden. Toch wordt digitaal cultureel aanbod in de cultuursector soms gezien als een alternatief voor offline cultureel aanbod, in plaats van een aanvulling of verrijking daarvan.

Wanneer het beeld echter geschetst wordt dat men moet kiezen tussen digitaal of traditioneel offline, gaat de keuze vaak naar offline, omdat dit de primaire manier van werken is van veel instellingen en dit de 'echte' beleving zou zijn. Deze beslissing is te betreuren, omdat instellingen hiermee een segment van het publiek die offline niet mee kan doen uitsluiten. Tegelijkertijd moet er ook ruimte gemaakt worden voor mensen die juist niet online mee kunnen doen.

Een hybride model voor cultureel aanbod biedt hiertoe een goede oplossing. Het betekent dat organisaties flexibeler omgaan met het inzetten van digitaal en offline aanbod, of varianten hier tussenin. Dit geeft organisaties een grotere mate van wendbaarheid en zorgt ervoor dat zij zowel publiek dat graag dingen (deels) digitaal beleeft kunnen trekken als publiek dat een voorkeur heeft voor de fysieke, offline beleving.

### **Conclusie**

De grootste innovatie die de Raad gedurende de coronacrisis heeft gezien is het verschuiven van de prioriteiten binnen organisaties, met als gevolg dat er meer bewustwording is van de mogelijkheden van digitale technologie. De innovatiestroom waarin het culturele veld verkeert, heeft een goede voedingsbodem gelegd voor digitale transformatie in de sector. Wel lijkt deze innovatiestroom weer te zijn vertraagd met het heropenen van de instellingen. Waar de digitale transformatie bij sommige instellingen structureel is geweest, gaan sommige organisaties snel weer terug naar hun oude werkwijze.

Drie factoren die deze terugtrekkende kracht beïnvloeden zijn (1) of er genoeg personeel, geld en kennis is; (2) of er genoeg digital natives betrokken worden binnen de organisatie; (3) of digitalisering een centrale plek heeft gekregen in binnen de organisatie.

Een hybride model voor cultureel aanbod geeft instellingen meer flexibiliteit in de manier waarop zij kunst- en cultuur kunnen aanbieden. Hiermee kunnen instellingen een breder publiek bereiken.

## **Inclusiviteit: Publieksbereik, toegankelijkheid en ontsluiting**

In de beschouwingen van 2019 omschrijft de RRKC inclusiviteit als het gegeven dat ieder mens er als vanzelfsprekend bij hoort. In Rotterdam, waar meer dan de helft van de bewoners een eerste of tweede generatie migratieachtergrond<sup>3</sup> heeft, is culturele diversiteit een maatschappelijk feit. De Raad ziet inclusiviteit als voorwaarde om deze diversiteit te omarmen in de cultuursector. Representatie en (h)erkenning spelen hierin een belangrijke rol.

De Raad schreef in 2019 dat het culturele veld niet inclusief genoeg is: de meeste instellingen trekken een veelal hoogopgeleid, traditioneel en westers publiek. Bovendien is de sector monocultureel en zijn opvattingen over kwaliteit vaak gestoeld op de westerse canon.

In het meest recente Cultuurplanadvies (2021-2024) is extra aandacht uitgegaan naar inclusiviteit. Zo werd geconcludeerd dat bij veel instellingen een gebrek aan visie op dit thema is, dat er in de Cultuurplanaanvragen weinig over diversificatie van het personeelbestand werd geschreven en dat de meeste instellingen diversiteit opvatten als culturele diversiteit.

In de onderstaande paragraaf gaat de Raad in op de rol die digitalisering kan spelen in het bevorderen van de inclusiviteit en welke kansen en risico's dat met zich meedraagt.

### **Meer publiek, minder drempels**

In het vorige hoofdstuk bleek al dat instellingen digitale technologie zien als een middel om een breder publiek te bereiken. Door bezoekers een kijkje te bieden via een digitaal medium, proberen instellingen de drempelvrees van verschillende publieksgroepen gedeeltelijk weg te nemen. Veel jongeren voelen zich veel minder thuis in een instelling dan in een online omgeving. Door het online cultureel aanbod te versterken, maken instellingen meer ruimte voor deze jongeren.

Ook door middel van apps en makkelijk te downloaden en te gebruiken toepassingen kunnen meer mensen in aanraking komen met kunst en cultuur, zonder daarvoor de deur uit te hoeven. Bovendien hebben veel scholen tijdens de lockdown gebruik gemaakt van digitale cultuur-educatieve activiteiten en blijken dit nog altijd populaire tools in het onderwijs te zijn. Op deze manier kan digitalisering dus ook bijdragen aan online (en offline) cultuurparticipatie en toegankelijkheid. Of dit daadwerkelijk zo is, moet nog nader onderzocht worden. Online culturele participatie wordt meestal nog niet meegenomen in culturele participatie-onderzoeken. Het verschilt per instelling en het type aanbod of online bezoek meegeteld wordt in de bezoekersaantallen.

De Raad benadrukt dat het van belang is om ruimte te (blijven) bieden voor publiek dat niet mee kan of wil in de digitale transformatie. Zoals in hoofdstuk 1 omschreven is 20 procent van de bevolking in Nederland niet of beperkt digitaal vaardig. Deze groep mag niet uitgesloten worden van participatie door digitale drempels. Denk hierbij aan gebruik van QR-codes en online ticketingsystemen.

<sup>3</sup> <https://bamproject.eu/nl/steden/rotterdam#:~:text=Sinds%202017%20is%20meer%20dan,in%20Marokko%2C%20Turkije%20en%20Suriname.>

**Bereiken is niet hetzelfde als betrekken**

Zoals hierboven omschreven is de drempel om cultuur te ervaren voor veel mensen lager als het gaat om een online ervaring. Voor veel mensen is het makkelijker om digitaal, vanaf hun bank, een kijkje te nemen bij een instelling dan er daadwerkelijk naar binnen te stappen. Maar dit heeft ook een keerzijde: mensen ervaren veel minder sociale normen in een digitale omgeving dan in een fysieke ruimte. Waar bezoekers wellicht twee keer zouden nadenken voordat ze midden in een voorstelling de zaal uitlopen, is de drempel hiervoor online veel lager.

Wanneer makers en culturele instellingen digitaal publiek willen houden en betrekken moeten ze dus andere middelen inzetten dan in een fysieke ruimte. Uit het eerdergenoemde onderzoek van Rotterdam Festivals kwam bijvoorbeeld naar voren dat vormen van interactie met het publiek, zoals quizzes, q&a's en livechats, ervoor kunnen zorgen dat publiek langer betrokken blijft bij online cultureel aanbod. Daarnaast kunnen instellingen en makers via digitale middelen makkelijk informatie delen over hun werk of het maakproces, wat de betrokkenheid van hun publiek kan vergroten.

De relatie tussen de makers en publiek is al jaren aan het veranderen. De discussie over kunstgericht versus klantgericht denken werd dan ook al ver voor de coronacrisis gevoerd. Met bredere implementatie van digitale technologie is de rol van de consument nog coproductiever geworden. Het publiek kan steeds makkelijker betrokken worden in het artistieke proces, waardoor de tegenstelling van kunstgericht versus klantgericht komt te vervallen.

Hedendaagse technologische ontwikkelingen versnellen dat veranderingsproces steeds meer. Sommige instellingen pakken dit al snel op en maken bijvoorbeeld gebruik van digitale technologie om de poortwachtersrol<sup>4</sup> van culturele instellingen te doen verdwijnen. Via gedecentraliseerde netwerken als blockchain of door middel van opensourceproducties zijn de mogelijkheden om publiek te betrekken bij het artistieke producties vergroot. Een aantal instellingen in Rotterdam experimenteert al met dit soort toepassingen (WORM, V2). Dit ziet de Raad als een mooie ontwikkeling.

In het denken over inclusiviteit in de cultuursector wordt vaak gedacht aan publieksbereik. Maar, stelt onder meer Anna Elffers, echte inclusiviteit wordt pas bereikt door ruimte te geven aan diverse groepen in de samenleving om hun eigen perspectief op cultuur te ontwikkelen. Digitale technologie kan daarbij helpen, door via de bovengenoemde manieren ruimte te creëren waar die perspectieven gedeeld kunnen worden. Instellingen die hierop weten in te spelen ervaren meer succes in het verbinden van een divers publiek.

**Cultuur is sociaal**

Een kanttekening die een aantal instellingen plaatsen bij digitaal cultureel aanbod is dat zij hierin het sociale element van cultuurconsumptie missen. Hoewel de mogelijkheden om met elkaar in verbinding te blijven toenemen door digitale technologie, geeft het merendeel van de instellingen op lokaal niveau toch de voorkeur aan offline contact. Dit zou sommige gewenste vormen van interactie (bijvoorbeeld waar fysiek contact belangrijk is) en het creëren van een lokaal ecosysteem vergemakkelijken.

Opvallend genoeg heeft de digitaliseringsslag die noodgedwongen gemaakt werd tijdens de

4 Een poortwachter of gatekeeper is een persoon of instelling die bepaalt tot welke informatie mensen toegang hebben. Toegepast op de cultuursector zijn dit dus de mensen die bepalen tot welke vormen van cultuur mensen toegang hebben. Denk aan een curator of programmeur die bepaalt welk werk er tentoongesteld wordt of welke voorstellingen er te zien zijn.

coronapandemie alleen maar onderstreept hoe belangrijk en sterk de behoefte is aan offline ontmoetingen in de cultuursector. De Raad concludeert daarom dat de digitale mogelijkheden om elkaar te ontmoeten een aanvulling zouden moeten zijn op offline ontmoetingen en (nog) niet als waardige vervanging daarvan kunnen functioneren.

Tegelijkertijd is het wel belangrijk om te onderzoeken hoe de digitale technologie de offline leefwereld beïnvloedt en vice versa. Ook offline ontmoetingen worden namelijk veelal beïnvloed door digitale technologie – denk aan filmen tijdens een concert of informatie opzoeken over een kunstwerk terwijl je ervoor staat. Ook hierbij is het dus van belang uit te gaan van een hybride realiteit.

### **Conclusie**

Digitalisering biedt culturele instellingen veel mogelijkheden om nieuwe publieksgroepen te bereiken, waaronder jongeren en mensen die anders niet zouden kunnen participeren omdat ze ver weg wonen of niet mobiel zijn. Het bereiken van publiek is echter iets anders dan het betrekken van publiek. Er moet dus op een andere manier worden nagedacht over hoe het publiek te betrekken, bijvoorbeeld door middel van interactie, meer ontsluiting van de maakprocessen en meer coproductie.

Tegelijkertijd dienen instellingen ook de rol die kunst en cultuur speelt in de sociale ontwikkeling van mensen in acht te nemen. Een hybride aanbod – een mix van online en offline – biedt het beste van twee werelden: enerzijds offline verbinding met het publiek, anderzijds de mogelijkheid om met digitale technologie nieuwe doelgroepen aan te boren.

## **Interconnectiviteit: Grenzeloos samenwerken en collectiviteit**

In de beschouwing op interconnectiviteit omschrijft de RRKC interconnectiviteit als toegevoegde waarde door samenwerking. De Raad ziet daarin het belang van organisaties die men 'middleground' noemt, die helpen connecties te maken tussen verschillende sectoren. Deze bruggenbouwers zouden meer moeten worden gesteund, omdat zij individuele instellingen en kunstenaars helpen om als collectief beter zichtbaar te zijn en hun bijdrage aan de ontwikkeling van de stad te vergroten.

In deze paragraaf schetst de Raad hoe digitale transformatie de interconnectiviteit in Rotterdam beïnvloedt. De focus ligt daarbij op nieuwe vormen van samenwerking, nieuwe netwerken en collectieven, en de weg naar een gedeelde cultuur.

### **Meer samenwerking en collectiviteit**

Digitale toepassingen bieden niet alleen mogelijkheden om nieuw en bestaand publiek te bereiken, maar ook om in contact te komen met andere spelers in het culturele veld en andere sectoren. De RRKC ziet daar grote waarde in. Zo heeft de RRKC met veel belangstelling gezien hoe de Kunstambassade tot stand is gekomen in Rotterdam, een netwerk van kunstenaars die samen digitaal een kijkje bieden in hun atelierruimtes. Via een online kaart kunnen bezoekers van de website zien waar in hun buurt geallieerde ateliers te vinden zijn. Een simpele website wordt op die manier ingezet om de makers aan elkaar te verbinden en zichtbaarder te maken voor het publiek.

Naast lokale verbindingen ziet de RRKC ook internationale connecties en samenwerkingen tot

stand komen als gevolg van digitalisering. Niet alleen door culturele instellingen, maar ook door makers. Makers leggen makkelijker contact buiten Nederland, exposeren aan de andere kant van de wereld of laten zich daar inspireren voor werk dat vervolgens in Rotterdam wordt getoond.

Digitalisering biedt ook veel kansen om intersectoraal samen te werken. Veel instellingen hebben intern niet de juiste kennis om de kansen die digitale technologie biedt optimaal te benutten. Door samen te werken met organisaties waar die kennis wel ligt, ontstaan ook veel nieuwe mooie initiatieven.

Andersom lijkt er vanuit de technologiesector veel interesse te zijn in toepassingen voor de kunst. Zo wordt dit najaar Immersive Tech Week georganiseerd in Rotterdam. Dit is een evenement waar bijvoorbeeld culturele instellingen, technologiebedrijven, kunstenaars, beleidsmakers en zorgmedewerkers samenkomen om kennis van toepassingen te delen rondom immersieve technologie als virtual reality en augmented reality. Dit soort overstijgende thematische evenementen zorgen voor een uitwisseling van ideeën en nieuwe samenwerkingen.

Instellingen geven ook aan dat ze behoefte hebben aan grotere intersectorale samenwerkingsverbanden, maar niet zo goed weten waar ze hiervoor terecht kunnen. Er is meer behoefte aan een visie voor de digitale transformatie in Rotterdam, waar andere partijen op kunnen inspelen.

Een ander voorbeeld van een mooi samenwerkingsverband op het gebied van digitale technologie is Stadsgezichten<sup>5</sup> van AICON. Dit is een samenwerkingsverband tussen Erasmus Universiteit en een aantal kunstenaars waarin Rotterdamse jongeren door middel van workshops meer te weten komen over NFT's<sup>6</sup>. Deelnemers maken een zelfportret, die vervolgens als NFT online aangeboden wordt. Dit soort samenwerkingen leiden tot meer bewustzijn van nieuwe digitale technologie onder Rotterdammers.

### **Van eilandjes naar een gedeelde cultuur**

In de oriënterende gesprekken met instellingen in Rotterdam werd veel gesproken van een 'eilandjescultuur' in het culturele veld. Veel culturele instellingen willen dingen graag op hun eigen manier doen en zoeken daardoor niet altijd even makkelijk de samenwerking op met andere partijen binnen én buiten het culturele veld.

Een mogelijke verklaring hiervoor is dat veel instellingen hun eigen 'merk' en stijl hebben, en hier zuinig op zijn. Door bepaalde infrastructuur (bijvoorbeeld studioruimte) te delen, verliezen ze unieke elementen waarmee ze zich juist kunnen onderscheiden van de rest van de sector.

Toch zijn sommige instellingen bezig met het ontwikkelen van een gedeelde infrastructuur voor de sector. Het eerdergenoemde platform ENTER is daar een goed voorbeeld van. Ook Operator Radio is een mooi voorbeeld: het online radiostation stelt zich beschikbaar voor iedereen die een radioshow wil maken. Dit soort vormen van toegankelijkheid komen de sector ten goede.

### **Conclusie**

<sup>5</sup> <https://opensea.io/collection/stadsgezichten>

<sup>6</sup> NFT's of non-fungible tokens zijn niet inwisselbare documenten van echtheid waarmee eigenaarschap van digitale objecten zoals illustraties of video's kan worden aangetoond. Deze technologie wordt veelal gebruikt als eigendomscertificaat van digitale objecten.

Digitalisering leidt over het algemeen tot nieuwe vormen van samenwerking, maar de eilandjes-cultuur die in de cultuursector heerst zit daarbij soms nog in de weg. Dit is vooral het geval voor lokale samenwerkingen, waar het onderlinge concurrentiegevoel sterker is. Internationale samenwerkingen tussen instellingen zijn door digitalisering toegenomen en de connectiviteit van Rotterdamse instellingen is buiten de landsgrenzen sterker geworden. Op het gebied van digitalisering zouden instellingen baat hebben bij meer intersectorale samenwerking.

Op makersniveau ziet de Raad dat digitale platforms en digitale netwerkverbanden (zoals de eerdergenoemde Kunstambassade) de vorming van nieuwe collectieven in de hand werken. Dit biedt ook mogelijkheden tot het vergroten van de solidariteit onder makers. Of dit ook echt gebeurt, moet nog blijken.

# 4

## Conclusies en Aanbevelingen



## Alvorens in te gaan op de aanbevelingen schetst de Raad hieronder nog een keer de belangrijkste conclusies uit het advies:

- 1 Digitalisering biedt veel kansen voor de Rotterdamse cultuursector. De afgelopen tijd zijn daarin veel stappen gemaakt die een impact hebben op de innovatie, inclusiviteit en interconnectiviteit in de stad.
- 2 De gemeente betreft de cultuursector te weinig in het vormgeven van de digitale transformatie in de stad.
- 3 Het blijkt nog een uitdaging om de digitale innovatie die noodzakelijk was tijdens de coronacrisis structureel te maken. Waar er een tijdelijk momentum voor digitale innovatie was, dreigt deze bij sommige instellingen weer te verdwijnen. Drie factoren die van invloed zijn op het behouden van dit momentum zijn:
  1. of er genoeg personeel, geld en kennis is. Het gaat hier om zowel kennis van digitale systemen alsook auteursrechten en privacy in de digitale wereld;
  2. of jongeren (*digital natives*) de ruimte krijgen binnen de organisatie;
  3. of digitalisering een centrale plek heeft gekregen binnen de organisatie.
- 4 Het idee dat cultuur ofwel digitaal ofwel analoog/offline beleefd kan worden past niet goed in het wereldbeeld van de digital natives. Toch voelen veel instellingen de neiging om hun programma uitsluitend fysiek en offline aan te bieden. Een hybride model, waarbij flexibel kan worden omgegaan met digitaal aanbod, is een manier om het publiek te verbreden en toch ook cultuur op een fysieke plek te kunnen beleven.
- 5 Door het gebrek aan personeel, geld en kennis wordt binnen instellingen te weinig aandacht besteed aan de ethische overwegingen die komen kijken bij implementatie van digitale technologie.
- 6 Voor veel instellingen is het nog lastig om een goed verdienmodel te ontwikkelen voor digitaal aanbod.
- 7 Het huidige subsidiemodel (zowel lokaal als landelijk) stimuleert instellingen niet voldoende om te experimenteren met digitalisering.
- 8 Er wordt op een nieuwe manier nagedacht over publieksbereik, interactie en het gebruik van digitale platforms voor distributie en vertoning van artistiek werk. Het publiek wordt veel bereikt en wordt meer betrokken in het maakproces door middel van digitale toepassingen. Digitale platforms worden niet alleen gebruikt ter promotie van artistiek werk, maar ook voor de vertoning ervan.
- 9 Er is ook sprake van een eilandjescultuur in Rotterdam, maar er is wel beweging naar nieuwe vormen van samenwerking en collectiviteit. Dit wordt gestimuleerd door toename van digitale connectiviteit.

## Aanbevelingen

### Aan culturele instellingen en makers:

**Ga de samenwerking met elkaar aan en zoek expertise op.** Oftewel: stap af van de eilandjescultuur. Op een onderwerp als digitalisering zijn veel verschillende perspectieven nodig en is een breed samenwerkingsverband gewenst. Tijdens de coronapandemie hebben te veel instellingen zelf het wiel geprobeerd uit te vinden, terwijl andere organisaties ze hierbij hadden kunnen helpen. Er is langzaam beweging naar meer samenwerking, vooral onder jonge makers, maar er is meer nodig om digitalisering een plek te geven in Rotterdam. Organisaties zoals DEN en Cultuur + Ondernemen bieden instellingen en makers tools en hebben veel expertise in huis om de digitale transformatie concreet en behapbaar te maken.

**Geef digitalisering een centrale plek binnen de organisatie.**

Veel instellingen die succes hebben geboekt op het gebied van digitalisering hebben hun organisatiestructuur veranderd. Waar digitaliseringsprocessen voorheen bij een aparte afdeling of persoon lagen, hebben deze organisaties dit nu een integraal onderdeel gemaakt van de organisatie. Door digitalisering een centrale plek te geven in het primaire proces zorgen instellingen dat ze wendbaarder zijn voor verschillende toekomstscenario's en snel kunnen schakelen tussen online en offline.

**Betrek de digital natives in je organisatie.** Digitale kennis is bij deze groep vaak impliciet: het gaat hier om bewustzijn en gebruik van digitale media, niet zozeer om professionele audiovisuele of ict-vaardigheden. Deze groep schakelt veel sneller tussen online en offline cultuurbeleving, en kan organisaties helpen om dit eigen te maken. Door vertrouwen te hebben in hun zienswijze kan een jonger publiek bereikt en betrokken worden. De Raad ziet dat instellingen met veel digital natives vaak ook een impliciete visie hebben op inclusiviteit met een sterk digitaal component.

**Besteed ook aandacht aan de ethische vraagstukken.** Vooruitgang op het gebied van digitale transformatie betekent ook toekomstgericht denken. Digitale veiligheid zou een randvoorwaarde moeten zijn voor het implementeren van digitale technologie. Echter is dit niet het geval in de cultuursector. Door het gebrek aan kennis van digitale technologie gaan instellingen vaak gemakzuchtig om met de gegevens en/of veiligheid van zichzelf en hun publiek in het online domein. De Raad signaleert echter ook initiatieven die hier kritisch op zijn en er actie op ondernemen, door bijvoorbeeld bewustere keuzes te maken op het gebied van software of nieuwe platformen ontwikkelen zoals ENTER van Het Nieuwe Instituut.

**Vertaal fair pay naar het digitale domein.** Op dit moment zijn er geen algemene richtlijnen voor fair pay in het digitale domein, waardoor er veel verschil is de betalingen voor digitaal werk. Het gebrek aan richtlijnen en consistentie maakt de positie van makers van digitaal werk kwetsbaar. Zo weten veel makers niet of ze geld moeten vragen voor online optredens of weten ze niet wat hun rechten zijn als het gaat om het online plaatsen van hun werk. De gemeente heeft relatief veel geld uitgetrokken om de fair practice in de cultuursector te verbeteren; het zou zonde zijn als het digitale component daarbij buiten beschouwing wordt gelaten.

## Aan de gemeente:

**Werk een sterkere integrale visie uit voor een digitale voorbeeldstad waar de cultuursector deel van uitmaakt.** De cultuursector opereert nog teveel vanuit verschillende eilandjes. Een integrale visie voor de digitale transformatie verbindt instellingen en makers met elkaar en met andere organisaties buiten de cultuursector. De gemeente dient zo'n visie samen met de cultuursector uit te werken, en zou mogelijkheden moeten creëren om deze ambities te realiseren (d.m.v. residenties of open calls).

**Onderzoek nieuwe mogelijkheden voor subsidiëring van digitale transformatie.** Veel instellingen hebben te maken met een gebrek aan middelen om digitalisering door te zetten in hun organisatie. Om culturele instellingen te helpen met het gebrek aan geld, kennis en personeel, zou de gemeente de mogelijkheden van een nieuwe subsidie-regeling moeten onderzoeken. Deze nieuwe subsidieregeling zou ruimte moeten laten voor instellingen om te experimenteren met nieuwe digitale verdienmodellen en lange termijn investeringen. Dit kan alleen als digital cultureel aanbod als volwaardige cultureel aanbod wordt beschouwd. Ook matchingsgesprekken met organisaties waar veel kennis over digitalisering is zouden kunnen helpen met het kennisgebrek. Natuurlijk liggen hier ook verantwoordelijkheden voor andere subsidiënten die opereren op landelijk niveau, maar als Rotterdam in de cultuursector een voorbeeldfunctie wil hebben op het gebied van digitalisering, moet de gemeente daarin een assertieve houding aannemen en mee transformeren met de sector.

# **Tot slot**

Met de bovenstaande bevindingen en aanbevelingen nodigt het RRKC het college van B&W, het culturele veld en andere geïnteresseerden uit om in gesprek te gaan over de digitale transformatie. De Raad zou het zonde vinden om de innovatiestroom die op gang is gekomen tijdens de pandemie niet te benutten. Dat de Raad veel kansen ziet in digitalisering voor de culturele sector, betekent echter niet dat iedereen mee moet gaan in deze transformatie. Voor sommigen kan kunst- en cultuur juist een ontsnapping zijn van de digitale wereld. Het is dus vooral zaak om goed na te gaan wat de kansen zijn voor ieders eigen praktijk en niet zomaar mee te gaan met digitaliseringstrends. Om dit goed te kunnen doen, moet het gesprek over digitalisering op breed niveau gevoerd worden en moet er ook ruimte zijn voor kritische geluiden. De RRKC biedt het bovenstaande aan als startpunt om hierover in gesprek te gaan.

**5**

**Bijlage**

## **Bijlage 1: Begrippenkader:**

**Augmented Reality** is een live beeld van de werkelijkheid waaraan elementen worden toegevoegd door een computer. Door bijvoorbeeld door camera van een telefoon te kijken, kunnen dingen op het scherm van de telefoon worden weergegeven die er in werkelijkheid niet zijn. Zo kan bijvoorbeeld aanvullende informatie over een kunstobject op het scherm van de telefoon worden getoond.

Met **Big Tech** worden de grootste technologie bedrijven bedoeld zoals Google, Meta, Microsoft, Apple enzovoorts.

**Digitalisering** werd oorspronkelijk begrepen als het omzetten van fysieke of analoge informatie naar digitale informatie. Denk bijvoorbeeld aan het inscannen van een foto om er een digitale kopie van te maken. Tegenwoordig heeft digitalisering niet alleen betrekking op fysieke data, zoals een gedrukte foto, maar ook op processen en belevingen.

**Digital natives** zijn mensen die van kinds af aan zijn opgegroeid met online technologie. Geboren in het digitale tijdperk van computers, videospelletjes en het internet, hebben zij niet op latere leeftijd hoeven aanleren hoe ze met digitale technologie om gaan. Dit zegt echter niets over de mediawijsheid van deze generatie. Dat gaat immers weer over het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld.

**Digitale transformatie** is het proces van organisaties om de kansen, verwachtingen en mogelijkheden van de toenemende digitalisering in te zetten om de stap te maken naar een (meer) digitaal georiënteerde, toekomstbestendige organisatie. Het is een toepassing van digitale technologie die de structuur en cultuur van het bedrijf fundamenteel doet veranderen.

**Informatiesamenleving** is een samenleving waarin de creatie, distributie, verspreiding, het gebruik, de integratie en manipulatie van informatie een belangrijke economische, politieke en culturele activiteit is. Kenmerkend voor de informatiesamenleving zijn de snelle veranderingen op technologisch, economisch en cultureel gebied. Digitalisering speelt hierin een centrale rol, omdat het de snelle uitwisseling en productie van informatie faciliteert.

**Kunstmatige intelligentie** heeft betrekking op systemen of machines die onze eigen intelligentie nabootsen om taken uit te voeren en die zichzelf tijdens dat proces kunnen verbeteren op basis van de vergaarde informatie.

**Linked Open Data** (ook wel LOD) is een manier om gegevens online te publiceren op een manier dat ze (her)bruikbaar zijn. Dit kan gaan om diverse soorten data zoals digitale of gedigitaliseerde materialen als tekst, afbeeldingen, audiovisueel of 3D-materiaal, of informatie óver materialen en processen: de metadata. Door middel van LOD kunnen objecten en data van zowel binnen als buiten de sector aan elkaar worden verbonden en worden hergebruikt.

**De Metaverse** verwijst naar een virtuele, gedeelde ruimte die constant in ontwikkeling is en onafhankelijk van de individuele gebruiker blijft bestaan. Door middel van virtual reality zou de gebruiker met andere gebruikers kunnen interacteren. Het is dus als het ware een ruimte die alleen digitaal te betreden is. Op dit moment is de Metaverse nog niet breed toepasbaar en nog volop in ontwikkeling. Veel bedrijven zien hierin de toekomst en zetten zich in om dit een realiteit te maken.

**NFT's** of non-fungible tokens zijn niet inwisselbare documenten van echtheid waarmee eigenaarschap van digitale objecten zoals illustraties of video's kan worden aangetoond. Deze technologie wordt veelal gebruikt als eigendomsbewijs van digitale objecten.

**Virtual Reality (VR)** is een computertechniek waarbij het lijkt alsof je in een andere werkelijkheid bent. Door een speciale VR-bril wordt de zichtbare werkelijkheid vervangen door computergegenereerd beeld.

## **Bijlage 2: Overzicht fondsen en subsidieregelingen**

Hieronder staat een overzicht van diverse fondsen en subsidieregelingen waarbij kan geld kan worden aangevraagd door makers en culturele instellingen ten behoeve van digitalisering en/of digitale cultuur. Het is geen volledig overzicht.

### **Landelijke regelingen**

#### **Stimuleringsfonds Creatieve Industrie: Regeling Digitale cultuur**

Met de Regeling Digitale cultuur ondersteunt het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie projecten die bijdragen aan de kwaliteit, ontwikkeling of verdieping van het vakgebied digitale cultuur. Met de term digitale cultuur doelt het fonds op culturele en artistieke producties of uitingen die zich verhouden tot digitale technologie, nieuwe media of games. Binnen de regeling staat het openbreken van bestaande technologieën en processen, en het op een open manier ontwikkelen van nieuwe technologie en toepassingen voorop. Van daaruit worden ontwerpmethodieken en principes toegepast in uiteenlopende terreinen, variërend van games, storytelling en muziek tot biotechnologie, architectuur en zorg. Dit betekent dat de projectvorm niet per se digitaal hoeft te zijn.

#### **Cultuurloket DigitALL**

Cultuurloket DigitALL is een nieuw loket voor grote en kleine culturele instellingen die hun contact met het publiek willen versterken via toepassing van digitale technologie. Deze publiek-private samenwerking is een nieuw initiatief van de partners achter het Kickstart Cultuurfonds.

#### **Fonds 21**

Fonds 21 is een ondernemend en betrokken fonds dat door het steunen van projecten een positieve bijdrage wil leveren aan de samenleving van nu. Zij richten zich op drie pijlers: Kunst & Cultuur, Jongeren & Maatschappij en Kunst & Educatie.

#### **Stichting GO Fonds**

Het GO Fonds ondersteunt initiatieven die bijdragen aan het vergroten van participatie in de informatiesamenleving

#### **Innovatielabs**

Het programma Innovatielabs is opgericht om een impuls te geven aan nieuwe veerkracht in de culturele en creatieve sector. Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, namens alle rijkscultuurfondsen, en CLICKNL voeren het programma uit in opdracht van het ministerie van OCW. Door middel van open calls kunnen projecten zich aanmelden.



## **Specifiek voor gemeente Rotterdam**

### **CityLab 010 (digitalisering)**

CityLab 010 is een programma dat is opgezet om te investeren in vernieuwing in de stad op het gebied van duurzaamheid, circulariteit en digitalisering.

### **Projectsubsidies cultuur**

Via deze subsidieregeling helpt de gemeente kunstenaars, makers en culturele organisaties om hun artistieke plannen te realiseren. Er kunnen ook aanvragen worden ingediend voor e-cultuur.

### **Impulsregeling cultuur**

Deze tweejarige subsidie is bedoeld voor jonge culturele organisaties uit Rotterdam die zich willen ontwikkelen en professionaliseren. De subsidie geldt voor zowel de ontwikkelactiviteiten als de artistieke activiteiten.

### **Pitcher perfect 010**

Tijdens de Pitcher perfect avonden krijgen mensen de kans om in 5 minuten een plan voor een kunst- of cultuurproject te presenteren. Dit is een laagdrempelige manier om subsidie te ontvangen omdat er geen inhoudelijke criteria of jury zijn. Rotterdammers met een kunst- of cultuurproject in Rotterdam

De pitchavonden zijn bedoeld voor Rotterdammers met een kunst- of cultuurproject in Rotterdam die niet terecht kunnen bij de bestaande subsidieregelingen van de gemeente

## **Europese regelingen**

### **Digital Europe**

Digital Europe is een nieuw Europees subsidieprogramma gericht op het versterken van de digitale capaciteiten in de EU als onderdeel van de digitaliseringsstrategie van de Europese Commissie. Het is vooral gericht op het ondersteunen van het herstel van Europa na de coronacrisis.



**rotterdamse  
raad voor  
kunst en  
cultuur**

postbus 2800  
3000 CV ROTTERDAM

**kantooradres**  
korte hoogstraat 31  
3011 GK ROTTERDAM

**telefoon** 010 433 58 33  
**e-mail** [rrkc@rrkc.nl](mailto:rrkc@rrkc.nl)  
**www.rrkc.nl**

