

DE BLAUWDRUK

CREATIEVE COALITIE ROTTERDAM

VOOR WERKENDEN, DOOR WERKENDEN



VOORWOORD

KERNTEAM

In één jaar tijd heeft de Creatieve Coalitie Rotterdam, vanuit het niets, gebouwd aan het opzetten van de belangenbehartiging voor Rotterdamse werkenden in de culturele en creatieve sector. Onze lessen delen wij met u in de vorm van een blauwdruk. Na het lezen van dit document hopen wij dat u wijzer bent geworden hoe je een community kunt opzetten, hoe je tot één gezamenlijke stem kunt komen én hoe je impact kunt maken voor werkenden in onze sector. Wij hopen dat u na het lezen van deze blauwdruk gedreven bent om cultuur te helpen groeien én overtuigd bent geraakt van de noodzaak om werkenden ook zélf te laten meepraten aan de tafels waar de beslissingen worden genomen. Vanzelfsprekend zijn onze uitkomsten gebaseerd op onze ervaringen in Rotterdam, toch zijn de lessen waardevol voor gemeenten en regio's ver daarbuiten. Laat het u inspireren.

Met vriendelijke groet,

Gordon Sana, Aïssatou Traoré, Fabie Soares,
Jan Pier Brands, Monique Dikmoet
Rajiv Bhagwanbali, Tyrone Rickey-Lee en Xavier Assegaf



INSPIRERENDE WOORDEN

'Ik voel mij gezien, ik voel mij vertegenwoordigd. Ik voel mij gesteund en dat alleen omdat ik maak waar ik gepassioneerd in ben.'

Rotterdamse maker



INLEIDING

De belangen van werkenden in de culturele en creatieve sector worden nog onvoldoende behartigd. Dat blijkt niet alleen uit de belevingswereld van werkenden in de culturele en creatieve sector. Het is ook één van de conclusies uit het rapport 'Passie Gewaardeerd' van de Sociaal-Economische Raad (SER) en de Raad voor Cultuur.¹

De Creatieve Coalitie is de koepelvereniging van 44 beroepsorganisaties en vakverenigingen in de culturele en creatieve sector. De Creatieve Coalitie is opgericht om de sociaal-economische positie van werkenden beroepsoverstijgend te verbeteren - en het algehele culturele klimaat in Nederland voor hen te bevorderen. Het versterken van de stem van makers, mogelijkmakers, kunstdocenten en uitvoerenden, is daarbij cruciaal. Deze missie heeft een nationale, regionale én ook lokale aanpak nodig.

In 2022 heeft de Gemeente Rotterdam te kennen gegeven dat zij intensiever wil samenwerken met de Rotterdamse werkenden in de creatieve en culturele sector. Dat zij het speelveld in de gemeente Rotterdam gelijk willen trekken door, naast het directeurenoverleg, ook de werkenden een stem te geven. Eerder al nam de gemeenteraad een motie aan van PvdA-raadslid Co Engberts waarin werd opgeroepen dat makers meer zeggenschap moeten krijgen bij het Rotterdamse cultuurbeleid. De Creatieve Coalitie heeft deze handschoen opgepakt en is als kwartiermaker de pilot 'Creatieve Coalitie Rotterdam' (hierna: CCR) gestart. Vervolgens is een kernteam van Rotterdamse culturele en creatieve makers aangesteld. Het kernteam is met elkaar de uitdaging aangegaan om de stem te vertolken van werkenden in Rotterdam. Om hun belangen te behartigen.

1. [HTTPS://WWW.SER.NL/-/MEDIA/SER/DOWNLOADS/ADVIEZEN/2017/PASSIE-GEWAARDEERD.PDF](https://www.ser.nl/-/media/SER/Downloads/adviezen/2017/passie-gewaardeerd.pdf)

Dit is de eerste Nederlandse pilot om de belangen van de sector in één specifieke gemeente te behartigen. De uitkomsten van deze pilot leveren, naast een community in Rotterdam, ook een blauwdruk op voor het opzetten van communities van werkenden die hun belangen willen behartigen in andere gemeenten dan Rotterdam. Dat is dit document. Deze pilot wordt gefinancierd door de Gemeente Rotterdam en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Het uitgangspunt van CCR is om zo veel als mogelijk te spreken met één gezamenlijke stem richting politiek, overheid en instellingen, en anderzijds zoveel als mogelijk consensus te bereiken onder werkenden die worden vertegenwoordigd. Het spreken met één stem is een voorwaarde om gezien te worden als een volwaardige gesprekspartner richting stakeholders.

De CCR heeft met deze pilot waardevolle kennis en ervaring opgedaan en deelt de lessen graag met andere belanghebbenden en stakeholders in deze blauwdruk. Het opstellen van de blauwdruk was ook behulpzaam om richting te geven aan de pilot. Het bevat lessen hoe processen moeten worden ingericht en heeft geholpen bij het definiëren van de probleemstelling en doelstellingen. Het biedt een routekaart voor het oprichten van lokale coalities, het betrekken van relevante stakeholders, het opstellen van de strategie en draagt bij aan effectieve acties om de stem van werkenden te laten horen en hen de erkenning en waardering te geven die ze verdienen.

De blauwdruk is geschreven aan de hand van een stappenplan. Dit stappenplan ziet er zo uit:

1. Definieer een duidelijke missie
2. Breng de doelgroep in kaart
3. Breng de stakeholders en politieke situatie in kaart
4. Stel een communicatieplan op en treed in contact
5. 'Plan, do, check, act': haal kennis op, analyseer en pas je strategie aan
6. Definieer beleidsoplossingen
7. Denk na over de financieringsmix
8. Blijf bouwen aan de community, laat je stem horen en realiseer verandering

Bevindingen in Rotterdam

In dit document komen de kernteamleden van de CCR tot diverse bevindingen en worden ervaringen gedeeld over het opzetten van een community. Daarbij is de CCR ook tegen een aantal drempels opgelopen die uit verwachte en onverwachte hoeken kwamen.

Zo bestond de veronderstelling dat de meeste zelfstandige makers en uitvoerenden in de culturele en creatieve sector een goed beeld hebben welke veranderingen zij voor ogen hebben en hoe zij knelpunten in de sector willen oplossen. Maar in de praktijk bleek dat er veel sturing nodig is om werkenden te laten meedenken over constructieve oplossingen. Niet vanuit onwil, maar omdat er weinig bekend is over wat beleidsmatig mogelijk is. Wij constateren dat basiskennis over het cultuurstelsel en het cultuurbeleid veelal ontbreekt, waardoor de werkenden binnen de culturele en creatieve sector soms onnodig in een *struggle* komen.

Een andere cruciale les is het belang om fysiek aanwezig te zijn bij de doelgroep. Om goed de belangen te kunnen behartigen is het belangrijk dat je vertrouwen met de werkenden opbouwt, dat je kunt doorvragen wanneer iemand een verhaal deelt, dat er bewustzijn ontstaat over de eigen positie en dat je in groepsverband het gesprek faciliteert. Uit de ervaring van CCR blijkt dat dit alleen mogelijk is als je elkaar fysiek in de ogen kunt kijken. Bovendien moet je als belangenbehartiger in verschillende gremia je gezicht laten zien. Een strategisch overleg op het stadhuis is wat dat betreft even belangrijk als het gesprek aangaan met makers en uitvoerenden in de wijk.

Deze bevindingen in Rotterdam zijn ook gebundeld in deze blauwdruk.

MAKERS
.. BEVORDEREN

1. DEFINIEER EEN DUIDELIJKE MISSIE

Rotterdam kent een grote diversiteit aan culturele en creatieve werkenden. Diversiteit in beroepsdisciplines, contractvorm, opleidingsachtergrond, klasse, leeftijd, migratieachtergrond en geestdrift. Grote groepen makers, mogelijkmakers en uitvoerenden weten de lijntjes richting instituties, financieringsbronnen en overheid, niet of nauwelijks te vinden. Er is sprake van een grote onevenwichtigheid tussen werk- en opdrachtgevers versus werk- en opdrachtnemers. De stem van de werkenden in Rotterdam is onvoldoende verenigd en deze stem wordt minder gehoord dan die van werk- en opdrachtgevers. Met andere woorden: er is sprake van een ongelijk speelveld. Deze constatering wordt ook erkend door de gemeente Rotterdam én door de Rotterdamse gemeenteraad.

Tegelijkertijd is er ook sprake van een sociaal-economisch onevenwicht. Voormalig staatssecretaris van cultuur, Gunay Uslu, constateert in een kabinetsbrief van juni 2023 het volgende: *“De arbeidsmarkt in de culturele en creatieve sector functioneert slecht”*.²

Het is belangrijk om een duidelijke missie op te stellen waarom, en waartoe, je als lokale belangenbehartiger op aarde bent. Hierdoor breng je focus aan qua positionering en breng je scherpte aan wat je wél en wat je níét onderneemt. Je kunt deze missie gaandeweg evalueren en opnieuw tegen het licht houden, maar probeer dit in de startfase al zo helder als mogelijk voor ogen te hebben.

Wij hebben onze missie als volgt gedefinieerd:

- De gezamenlijke stem van Rotterdamse werkenden in de culturele en creatieve sector vertegenwoordigen richting hén die aan de knoppen zitten, met als doel om de sociaal-economische positie van werkenden in Rotterdam te verbeteren;
- Het creëren van dialoog tussen werkenden in Rotterdam onderling met als doel het bevorderen van een gevoel van gemeenschap, het verbeteren van de informatiepositie van werkenden, en als informatiebron om kennis en ervaringen vanuit werkenden in de stad op te halen;
- Het behartigen van de belangen van alle werkenden - juist ook van de werkenden wier stem normaliter minder gehoord wordt.

Stel een team samen van mensen met de juiste competenties en diverse achtergronden, die deze missie ook onderschrijven. Over je missie wil je complete overeenstemming bereiken.

2. <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2023/06/08/aan-de-tweede-kamer-voortgangsbrief-arbeidsmarktbeleid-culturele-en-creatieve-sector/aan-de-tweede-kamer-voortgangsbrief-arbeidsmarktbeleid-culturele-en-creatieve-sector.pdf>



2. BRENG DE DOELGROEP IN KAART

Iedere gemeente heeft een andere samenstelling van werkenden in de culturele en creatieve sector. De ene gemeente heeft een oververtegenwoordiging van zogenoemde *creatives*, in andere gemeenten zijn vooral de klassieke culturele beroepsdisciplines professioneel actief. Bovendien bestaan er verschillen bij werkenden onderling wanneer gekeken wordt naar de sociaal-economische positie, organisatiegraad en toegang tot kennis, instituties en financiering. Met andere woorden, 'werkenden in de culturele en creatieve sector' is een paraplueterm waarin sprake is van een grote diversiteit.

Het is daarom cruciaal om de samenstelling en doelgroep van 'werkenden' in de eigen gemeente goed in kaart te brengen. Welke culturele en creatieve werkenden zijn in de gemeente actief? Zijn zij ergens verenigd en zo ja, hoe zijn zij verenigd? Immers bestaat de culturele en creatieve sector uit tientallen beroepsdisciplines.

Wij hebben online uitvoerig onderzoek verricht om de verschillende beroepsdisciplines van werkenden in Rotterdam in kaart te brengen. Daarnaast hebben wij ook een uitvraag gedaan bij werkenden in de stad, om de beroepsdisciplines te definiëren.

Het is belangrijk om hierbij te vermelden dat het in kaart brengen van de doelgroepen niet betekent dat je automatisch ook met alle doelgroepen in contact staat. Lang niet iedere beroepsdiscipline of doelgroep heeft zich ook maar op enige vorm verenigd, waardoor een aanspreekpunt soms ontbreekt. Ook wanneer een aanspreekpunt er wel is, kost het inspanning om ook in contact te blijven. Toch is dit cruciaal. Zorg er dus voor dat hier voldoende tijd en energie in wordt geïnvesteerd. Je kunt er aan denken om groepen van werkenden, bijvoorbeeld op basis van hun beroepsdiscipline, met je team onderling te verdelen. Dat je met elkaar per beroepsdiscipline een eerste contactpersoon aanstelt.

Dit zijn de groepen van werkenden die wij in Rotterdam hebben gedefinieerd:

- **Beeldende Kunstenaars:** Deze groep omvat schilders, beeldhouwers, installatiekunstenaars, en andere visuele kunstenaars. Ze werken vaak solo en verkopen hun kunstwerken via galeries, kunstmarkten, of direct aan verzamelaars.
- **Muzikanten en Componisten:** Onafhankelijke muzikanten, bands, producers en componisten die optreden op lokale evenementen, festivals en in clubs. Ze kunnen ook inkomsten genereren door hun muziek online te verkopen of via streamingdiensten.
- **Dansers en Choreografen:** Deze groep omvat individuele dansers en danscollectieven die optreden in theaters, op festivals en bij speciale evenementen. Ze kunnen ook workshops en danslessen aanbieden.
- **Theatermakers en Performers:** Deze groep omvat toneelschrijvers, regisseurs, acteurs en performers die actief zijn in het onafhankelijke theatercircuit, vaak met innovatieve en experimentele werken.
- **Grafische Ontwerpers en Illustratoren:** Zelfstandige ontwerpers die werken aan projecten variërend van bedrijfsbranding tot boekillustraties. Hun klanten kunnen variëren van lokale bedrijven tot grote corporaties.
- **Fotografen en Videografen:** Professionals die zich specialiseren in commerciële fotografie, portretten, evenementen, of artistieke projecten. Ze kunnen werken voor zowel commerciële klanten als individuele opdrachtgevers.
- **Schrijvers en Dichters:** Onafhankelijke auteurs, dichters en tekstschrijvers die werken aan boeken, poëzie, blogs, en inhoud voor digitale platforms.
- **Digitale en Media Kunstenaars:** Kunstenaars die werken met digitale technologieën, zoals VR, AR, en multimedia installaties. Ze kunnen zowel artistieke projecten als commerciële opdrachten ondernemen.
- **Ambachtlieden en Ontwerpers:** Deze groep omvat mensen die werken in traditionele ambachten, zoals keramiek, textiel, of houtbewerking, evenals moderne ontwerpers die unieke producten of modeartikelen creëren.

- **Culinaire Kunstenaars:** Deze groep omvat chefs, bakkers, en andere culinaire professionals die zich richten op het creëren van unieke eetervaringen, vaak gericht op speciale evenementen of pop-up diners.
- **Straatkunstenaars en Graffiti-Artiesten:** Deze groep omvat kunstenaars die werken in de openbare ruimte, vaak met een focus op stedelijke kunst en gemeenschapsprojecten.
- **Modeontwerpers en Stylisten:** Onafhankelijke modeontwerpers, stylisten en mode-technologen die werken aan eigen collecties of freelance projecten.
- **Interieurontwerpers en Architecten:** Professionals die werken aan residentiële, commerciële of openbare ruimteprojecten, vaak met een focus op duurzaam en innovatief design.
- **Game Ontwikkelaars en Animatoren:** Deze groep omvat individuen en kleine teams die werken aan videogames, mobiele apps, of animatieprojecten.
- **Cultuureducatie en Workshop Facilitatoren:** Professionals die educatieve programma's, workshops, of trainingen aanbieden in verschillende aspecten van kunst en cultuur.
- **Evenementenorganisatoren en Culturele Promotors:** Zelfstandige organisatoren die zich bezighouden met het creëren en promoten van culturele evenementen, tentoonstellingen, en festivals.
- **Kunsthandelaars en Galeriehouders:** Zelfstandigen die werken in de kunsthandel, inclusief galerie-eigenaren en curatoren die zich richten op de promotie en verkoop van kunstwerken.
- **Artiesten in Nieuwe Media:** Professionals die werken met nieuwe media, zoals podcasting, vlogging, of andere online content creatie.
- **Kunsttherapeuten:** Professionals die kunst gebruiken als middel voor therapie en persoonlijke ontwikkeling.

A group of people in a meeting, overlaid with a blue filter. The text is centered on the left side of the image.

3. BRENG DE STAKEHOLDERS EN POLITIEKE SITUATIE IN KAART

Als lokale belangenbehartiger wil je invloed uitoefenen op de beslissingen die worden genomen die werkenden in de culturele en creatieve sector aangaan. Maar bij wie moet je dan aankloppen?

Er zijn diverse factoren die invloed hebben op de sociaal-economische positie van werkenden in de stad. Vanzelfsprekend, zijn dat op de eerste plaats politieke actoren en overheidsactoren. Het college van burgemeesters en wethouders (hierna: B&W), het gemeentelijk ambtenarenapparaat en de gemeenteraad, geven inhoud, richting en vorm aan het lokale cultuurbeleid. Iedere gemeente heeft een portaal met informatie van, voor en over de gemeenteraad en het gemeentebestuur. Dit platform is enorm belangrijk voor de politieke belangenbehartiging. Via dit platform kom je erachter wie over wat gaat, wat er speelt en zijn er tal van openbare bronnen te raadplegen.

Je kunt het platform van de gemeenteraad voor de volgende zaken gebruiken:

- De agenda van de gemeenteraad bekijken en vergaderingen live volgen.
 - Gemeenteraadsleden vergaderen eens in de zoveel tijd om per commissie politieke onderwerpen te bespreken. Veel van het lokale cultuurbeleid in Rotterdam wordt besproken in de commissie 'Zorg, Welzijn, Cultuur en Sport'. Houd bij wanneer deze commissie samenkomt en ga na wanneer deze commissie vergadert over de culturele of creatieve sector.
 - Houd ook bij wanneer andere commissies in de gemeenteraad samenkomen. Het komt regelmatig voor dat belangrijke punten voor werkenden in de culturele of creatieve sector ook besproken worden in commissies als 'Financiën', 'Bouwen, Wonen en Buitenruimte', 'Werk en Inkomen' of 'Economie'.
 - Wees extra alert wanneer de cultuurbegroting wordt besproken of andere grote onderwerpen aan bod komen.

- Brieven lezen/abonneren en documenten inzien.
 - Regelmatig stuurt het college van B&W (wethouder) brieven naar de gemeenteraad over de cultuurbegroting, over de voortgang van de doelstellingen en over het cultuurbeleid. Houd deze brieven in de gaten, lees de inhoud van de brieven, en wanneer je iets tegenkomt waar je het niet mee eens bent - of dat extra aandacht behoeft - bespreek dan hoe je dit wilt aankaarten. Dat kan zowel door een gemeenteraadslid aan te schrijven of door contact op te nemen met bijvoorbeeld de wethouder of beleidsambtenaar.
 - Ook kun je via dit portaal toezeggingen van de wethouder aan de gemeenteraad vinden, ingediende moties, initiatiefvoorstellen en schriftelijke vragen. Gemeenteraadsliden mogen schriftelijke vragen stellen aan het college van B&W. Wanneer je een onderwerp wilt agenderen is dit een krachtig middel.
- In contact komen met de griffie en gemeenteraadsliden.
 - Het in contact komen met gemeenteraadsliden is gemakkelijker dan velen denken. Daarnaast is de griffie behulpzaam. Dat is de ambtelijke ondersteuning van de gemeenteraad.
- Input aanleveren en verzoeken om in te spreken.
 - Je kunt burgerbrieven insturen of een verzoek indienen om in te spreken. Als belangenbehartiger kun je brieven officieel naar de gemeenteraad sturen. Deze brief wordt dan onder de commissieleden verspreid. Ook kun je een verzoek indienen om als burger in te spreken tijdens een raadsvergadering. Zo heeft CCR op 6 december 2023 tijdens de raadsvergadering ingesproken om input te leveren over het broedplaatsenbeleid.

Het in kaart brengen van de politieke situatie is van groot belang om te achterhalen: wat is het cultuurbeleid in de gemeente, wie vindt wat en wanneer wordt waarover gesproken? Daarnaast zijn er diverse overheidsactoren die belangrijk zijn in zowel het opstellen van het lokale cultuurbeleid als in de uitvoering daarvan. In bijlage A hebben wij dit in kaart gebracht voor de gemeente Rotterdam.

Er zijn meer belangrijke stakeholders die invloed hebben op de sociaal-economische positie van werkenden. Meer stakeholders waarbij de stem van werkenden ertoe doet. Het verbeteren van de sociaal-economische positie van werkenden in de culturele en creatieve sector hangt voor een belangrijk deel af van de mate waarop zij aanspraak kunnen maken op de financiële middelen die er beschikbaar zijn. Alleen al in Rotterdam hebben wij tientallen verschillende organisaties gedefinieerd die invloed kunnen hebben op de sociaal-economische positie van werkenden. Daarbij hebben wij onderscheid gemaakt tussen:

- Overheid- en uitvoeringsorganisaties (bijlage A)
- Financieringsorganisaties (bijlage B)
- Culturele en creatieve instellingen (bijlage C)

Het moet gezegd worden. Van de werkenden die CCR heeft ondervraagd, geeft driekwart aan dat zij over te weinig kennis en kunde beschikken om de eigen financiële situatie te verbeteren. Dit resultaat is verkregen tijdens de verschillende bijeenkomsten van CCR. Andere vragen die leven zijn: waar kan ik aanspraak op maken? Welke (tarief)richtlijnen zijn er? Hoe zet ik een stichting op?

Uit ervaring blijkt dat dikwijls de meest elementaire vragen worden opgeworpen. Dit geeft aan dat er een groot gat bestaat tussen droom en daad. Tussen werkenden die vol zitten met plannen en deze willen realiseren versus de mensen die beslissingen nemen over de besteding van gelden.



4. STEL EEN COMMUNICATIEPLAN OP EN TRED IN CONTACT

Inmiddels heb je als belangenbehartiger een missie vastgesteld, belangrijke informatie opgehaald en stakeholders in kaart gebracht. Maar hoe sta je vervolgens met de werkenden - en andere belangrijke stakeholders - in contact? Als belangenbehartiger is communicatie immers je belangrijkste instrument om informatie bij werkenden op te halen en vervolgens deze terug te koppelen aan mensen die aan de knoppen zitten. Wanneer je werkt in teamverband is het bovendien verstandig om rollen en verantwoordelijkheden met elkaar af te spreken.

Wij hebben ervoor gekozen te werken met een communicatieplan én communicatiematrix waarin wij verantwoordelijkheden onderling verdelen. In het communicatieplan heeft CCR de volgende doelstellingen opgesteld:

- CCR streeft ernaar om een bruisende en inclusieve community op te richten voor werkenden in Rotterdam. Onze communicatie met stakeholders is gebaseerd op transparantie, betrokkenheid en het gezamenlijke doel van het versterken van de werkende in de stad.
- Onze primaire focus ligt op het creëren van een dialoog met de werkenden in Rotterdam en het bevorderen van een gevoel van gemeenschap en verbondenheid. We zullen regelmatig in gesprek gaan met onze stakeholders, waaronder makers, gemeente, instellingen en overheidsinstanties, om hun behoeften, zorgen en ideeën te begrijpen.
- Het communicatieplan is erop gericht de werkenden actief te betrekken bij besluitvorming en het vormgeven van het beleid. We streven naar openheid in onze communicatie, zodat alle betrokkenen een duidelijk inzicht hebben in onze doelen, plannen en prestaties. Door samen te werken en input te verzamelen, willen we een omgeving creëren die de diversiteit van de creativiteit in Rotterdam weerspiegelt.
- Onze communicatie met stakeholders is gericht op het faciliteren van een actieve en inclusieve betrokkenheid van werkenden in Rotterdam. Door dit te bereiken, streven we naar een succesvolle organisatie die daadwerkelijk de belangen van de werkenden behartigt en bijdraagt aan de bloei van de culturele en creatieve sector in onze stad.

Er zijn diverse communicatievormen om in contact te treden met de werkenden; om kennis bij hen op te halen en kennis te ontsluiten. Denk bijvoorbeeld aan: sociale media, WhatsApp, het oprichten van een eigen online platform of een nieuwsbrief.

In Rotterdam hebben wij er uiteindelijk voor gekozen om primair de community op te bouwen door middel van het organiseren van evenementen. Gaandeweg zijn wij erachter gekomen dat elkaar fysiek ontmoeten de beste methode is om te komen tot een gezamenlijke community. Dat heeft wellicht ook met onze doelgroep te maken. De doelgroep van CCR kent een oververtegenwoordiging van autodidacten, jongeren en mensen met een bi-culturele achtergrond. Een groep die al gauw ondervertegenwoordigd is bij instellingen en diverse gremia.

Naast het organiseren van evenementen, beheren wij ook socialmedia kanalen, sturen wij e-mails uit en hebben wij een uitnodigingscampagne opgezet. Deze campagne bestaat uit gepersonaliseerde e-mails naar de deelnemers mét de oproep ('call-to-action') om tijdens het volgende evenement een andere culturele of creatieve werkende mee te nemen. Dit werkte in ons geval goed. Zo kregen wij de evenementen gevuld en droeg het al snel bij aan het creëren van een gevoel van gemeenschap (community).

Ook hebben wij gekeken via welke communicatiestijl wij Rotterdamse werkenden het beste kunnen benaderen. Het is niet vanzelfsprekend dat alle werkenden dezelfde spreekwoordelijke taal spreken.

Wij hebben de volgende communicatierichtlijnen gehanteerd. Zie hiervoor ook bijlage D.

Artisticiteit: Focus op de unieke artistieke skills en talenten

Authenticiteit: De waarde van originele expressie

Tonen van Kwetsbaarheid: Openheid over creatieve processen, uitdagingen, en falen

Safe Space Creëren: Veilige omgeving voor creatieve uiting

Do It Yourself Mentaliteit: Eigen initiatief en zelfstandigheid

A man with a goatee, wearing a dark hat and a colorful patterned sweater, is speaking to a group of people. The background is a dark blue wall with large, light-colored abstract shapes. The text is overlaid on the image.

5. PLAN, DO, CHECK, ACT

HAAL KENNIS OP, ANALYSEER EN PAS JE STRATEGIE AAN

Om vanuit het niets een lokale community van werkenden op te bouwen en deze belangen goed te behartigen, moet je op een gegeven moment gewoon beginnen en vervolgens blijven bijsturen. Je haalt immers continu nieuwe kennis op, analyseert deze en vervolgens pas je je strategie daarop aan. Met andere woorden: de culturele en creatieve sector in Rotterdam is altijd in beweging. Deze werkwijze noemen wij: plan, do, check, act.

Het verrichten van onderzoek

Er zijn verschillende manieren waarop je onderzoek kunt doen: zowel kwantitatief als kwalitatief. Wij hebben ervoor gekozen om beide onderzoeksmethoden toe te passen. Het kwantitatieve onderzoek hebben wij ingezet om te kunnen peilen onder de werkenden; waar is behoefte aan en welke onderwerpen zijn prioriteiten? Het kwalitatieve onderzoek hebben wij toegepast om tot de kern van de zaak te komen en een dieper begrip te krijgen van het ontstaan van de gesignaleerde problemen, behoeften en om tot oplossingen te komen.

Wij zijn gestart met een reeks **enquêtes** tijdens de evenementen van CCR. Tijdens deze evenementen hebben wij Rotterdamse werkenden gevraagd wat hen kan helpen om hun arbeidsmarktpositie te verbeteren. De methoden die wij hiervoor hebben gebruikt zijn Google formulieren en de Mentimeter. Met de Mentimeter kun je direct de resultaten visualiseren. In bijlage E kun je de uitwerking van deze enquêtes vinden.

Naast het uitzetten van enquêtes tijdens de evenementen, hebben wij een **uitgebreide analyse gemaakt** van het huidige cultuurbeleid en de bestaande financieringsmechanismen. Wij hebben enkele werksessies met de gemeente Rotterdam gehad waarin veel beleidsoverwegingen werden toegelicht. Zo konden wij in kaart brengen: welke uitdagingen ziet de gemeente en hoe denkt de gemeente dat de sociaal-economische positie van werkenden verbeterd kan worden. Deze sessies waren enorm waardevol en inzichtelijk. Tegelijkertijd merkten wij op dat de gemeente veel algemene beleidsdoelstellingen en oplossingen heeft geformuleerd, maar niet altijd concreet kon aangeven hoe deze doelstellingen ook daadwerkelijk worden bereikt. Zie hiervoor bijlage F.

Vervolgens voegden wij de informatie uit de twee voorgaande processen samen. Hier zien wij duidelijk dat er overeenkomsten zijn en punten die elkaar versterken, maar ook dat er gaten liggen die verdere uitwerking behoeven.

Signaleren van problemen

Onze ervaring leert dat de creatieve en culturele werkenden praktischer van aard zijn dan politici en ambtenaren. Zij opereren vaak vanuit een abstractieniveau. Dat hebben wij ook als CCR ondervonden tijdens het ophalen van informatie bij de werkenden. Veel problemen die wij hebben gesignaleerd dragen bij aan een slechtere arbeidspositie van de culturele en creatieve werkenden. Er is vaak weinig kennis aanwezig om de beroepspraktijk te kunnen professionaliseren, althans dat hebben wij gesignaleerd onder werkenden in Rotterdam.

Eén van de belangrijkste oorzaken heeft te maken met taal. De manier waarop onderwerpen worden uitgelegd, sluit vaak niet aan bij de taal die de werkenden spreken. Wanneer het te formeel of “moeilijk” wordt, haakt men af of kan men het belang ervan niet goed inschatten. Het raakt dan op de achtergrond. De belevingswereld van politiek en overheid staat ver af van de belevingswereld van werkenden in onze sector.

Om duidelijk te maken waar werkenden in Rotterdam precies tegenaan lopen, delen wij onze bevindingen in dit stappenplan.

Financiering & fondsenaanvraag: Probleem met fondsaanvragen

Uit gesprekken met culturele, en vooral ook creatieve, zzp'ers komt vaak één overkoepelend probleem naar voren: gebrek aan informatie over financieringsmogelijkheden. Het aanvragen van subsidies, en het hele *Umfeld* van fondsen, is voor velen een onbekend terrein. Vragen die spelen zijn:

- Bij welke fondsen kan ik überhaupt een aanvraag indienen?
- Hoe schrijf ik een plan daarvoor?
- Hoe moet ik dat indienen?
- Ik vind het te moeilijk om al die vragen te beantwoorden, wat nu?
- Ik heb geen stichting, wat nu?
- Ik zoek een stichting, waar kan ik die vinden?
- Hoe kan ik buiten de fondsen andere financiering krijgen?
- Kan ik niet iemand vragen om dit voor mij te doen?

De drempel voor creatieve zzp'ers om een aanvraag te doen bij een fonds, of geld op te halen binnen het subsidielandschap, is torenhoog. Het formele taalgebruik werpt drempels op en velen haken af. Als CCR waren wij dikwijls verbaasd over het kennisniveau over financieringsmogelijkheden - of het gebrek daaraan.

Tariefvorming en onderhandelen: Probleem in het professionaliseren van de beroepspraktijk

Culturele en creatieve zzp'ers weten niet, of hebben grote moeite met het vaststellen van hun tarieven. Op het moment dat wij vragen wat zij waard zijn, valt het vaak stil. Het maken van een inschatting van wat het eigen werk waard is in een markt waarin de waarde relatief is, blijkt een groot obstakel. Om tot tariefvorming te komen vragen zzp'ers wel eens naar de tarieven van anderen. Vervolgens proberen zij daar net iets onder, of boven, te blijven. Maar nader onderzoek naar het hanteren van een Fair Pay-tarief komt niet vaak voor.

Het gebrek aan kennis en *know how* over tariefvorming wordt vaak door werkenden als een grote handicap ervaren met opdrachtgevers. Wat doe je bijvoorbeeld wanneer de opdrachtgever ver onder je standaardtarief zit, maar je hebt de opdracht wél echt nodig om aan het einde van de maand rond te komen? Dit zijn moeilijke situaties die er dikwijls voor zorgen dat werkenden onder de eigen standaardprijs werken.

Communicatievaardigheden: Probleem met het effectief overbrengen van de eigen ideeën

Werkenden zijn ook van mening dat zij richting mogelijke opdrachtgevers vaak niet hun ideeën goed kunnen overbrengen; het verbaliseren van de eigen ideeën voor iemand die niet uit jouw wereld komt, hoe doe je dat? Hoe sluit je aan bij de belevingswereld van de ander? En hoe kun je de waarde van jouw product ook waardevol laten maken voor de ander?

Dit gedachteproces om de boodschap eerst goed te formuleren en vervolgens over te brengen in een pitch, presentatie of andere manier van communicatie naar een derde partij wordt ervaren als een enorm hoge drempel.

Financiële kennis: Probleem met onbekendheid over financiële mogelijkheden en je rechten als maker

Er is niet alleen een gebrek aan kennis en implementatie van Fair Pay, maar ook een gebrek aan kennis over auteursrecht, gezond ondernemerschap en bestaande subsidieprogramma's. Weinig werkenden hebben een pensioenvoorziening getroffen, een arbeidsongeschiktheidsverzekering afgesloten, een rechtsbijstand of aansprakelijkheidsverzekering afgesloten, zijn bekend met de diverse rechtsvormen als ondernemer (en de voor- en nadelen) en zijn bekend met lopende subsidieprogramma's zoals Werktuig PPO van Platform ACCT.

Signaleren van behoeften

Om tot concrete oplossingen te komen voor de gesignaleerde problemen, hebben wij ook naar oplossingen gevraagd onder de werkenden. Onze ervaring leert dat je werkenden beter niet kunt vragen om concrete beleidsoplossingen aan te dragen. Het is beter om te vragen waar iemand *behoefte* aan heeft. Het is vervolgens aan de belangenbehartiger om deze behoeften te concretiseren in beleidsoplossingen. De volgende behoeften hebben wij in Rotterdam gesignaleerd. Zie bijlagen I.

- **Vertegenwoordiging en wegwijzers:** Een aanspreekpunt of orgaan dat werkenden vertegenwoordigt en gidst
- **Hulp bij financiën en onderhandelen:** Het kunnen volgen van educatie over financiële zaken, onderhandelingstechnieken en Fair Pay
- **Hulp bij ondernemerschap:** Professionele begeleiding om een bloeiende culturele of creatieve onderneming te worden
- **Netwerken en masterminds:** Onderling contact en peer-to-peer kennisdeling
- **Fysieke- en online ruimtes:** Betaalbare plekken om te kunnen maken of anderen te ontmoeten

A woman with glasses is focused on writing on a document. She is wearing a white long-sleeved shirt. The background is blurred, showing other people in a meeting setting. The entire image has a blue overlay.

6. DEFINIEER BELEIDSOPLOSSINGEN

Na het doorlopen van bovenstaande punten kunnen beleidsoplossingen opgesteld worden om concrete verandering te realiseren bij de diverse stakeholders. Het is van belang dat deze beleidsoplossingen zo SMART mogelijk definieert. Dat komt de geloofwaardigheid en haalbaarheid van de oplossingen die aangedragen worden ten goede.

Hier volgen een aantal voorbeelden van hoe het formuleren van deze beleidsoplossingen eruit kunnen zien. De overige voorbeelden zijn te zien in bijlage (H).

Doel: verbeteren van de communicatie tussen werkenden en de overheid

- Specifiek: Ontwikkel en implementeer een geoptimaliseerd communicatieplatform of -methode die de kloof tussen werkenden en de overheid verkleint.
- Meetbaar: Bereik met dit platform 20% van de Rotterdamse werkenden binnen 6 maanden na lancering.
- Acceptabel: Zorg dat het platform zowel voor werkenden als overheidsinstanties toegankelijk en nuttig is.
- Realistisch: Maak gebruik van bestaande communicatiekanalen en -methoden als basis, verbeter deze op basis van feedback van gebruikers.
- Tijdsgebonden: Implementeer het nieuwe platform binnen 12 maanden.

Doel: vereenvoudiging van het aanvraagproces voor financiering

- Specifiek: Creëer een gestroomlijnd en vereenvoudigd aanvraagproces voor financiering dat door verschillende fondsen kan worden gebruikt.
- Meetbaar: Verminder de gemiddelde tijd die nodig is om een aanvraag in te dienen met 30% en verhoog het aantal succesvolle aanvragen met 20% in het eerste jaar.
- Acceptabel: Werk samen met de werkenden om ervoor te zorgen dat het nieuwe proces aan hun eisen voldoet.
- Realistisch: Ontwikkel een pilot-programma met een select aantal fondsen om de effectiviteit te testen en te verbeteren.
- Tijdsgebonden: Compleet de pilot binnen 18 maanden.

Bij het formuleren van beleidsoplossingen kan het nuttig zijn om ook prestatieindicatoren vast te stellen of rekening te houden met een feedbackloop die meetbaar is. Wanneer u beleid implementeert en vooraf opstelt wat het beleid moet realiseren (prestatieindicator) en óók afsprekt dat het tussentijds geëvalueerd wordt (evaluatie), kun je als overheid teleurstellingen en tegenvallend beleid voorkomen. In de bijlage (H) kunt u suggesties vinden van dergelijke indicatoren.

Als je weet welke beleidsoplossingen je wilt realiseren en op welke gebieden je je wilt focussen, moet je komen met een gericht plan. In de bijlage (I) vind je strategieën en oplossingen die wij als CCR voor ons zien aan de hand van de opgedane kennis.

A man in a white shirt is shown in a thoughtful pose, with his hand to his chin. The background is a dark blue wall with various handwritten notes and diagrams in white and yellow. The text '7. DENK NA OVER DE FINANCIERINGSMIX' is prominently displayed in white, bold, uppercase letters on the left side of the image.

7. DENK NA OVER DE FINANCIERINGSMIX

Ons project met De Creatieve Coalitie Rotterdam is vanaf het begin af aan financieel ondersteund door de gemeente Rotterdam en het ministerie van OC&W. Dat heeft ons een stabiel uitgangspunt gegeven om alles mee op te zetten. Maar voor de continuering is het ook belangrijk om constant te kijken naar aanvullende financieringsbronnen. Zie bijlage E voor diverse financieringsbronnen in de gemeente Rotterdam.

Het is op termijn wenselijk om van werkenden zelf ook een kleine financiële bijdrage te vragen voor de activiteiten en belangenbehartiging. Dit kan 'commitment' versterkend werken. Verwacht absoluut geen wonderen over mogelijke inkomsten. De ervaring van beroepsverenigingen en vakbonden in de sector leert dat werkenden vooral bereid zijn om voor diensten te betalen. De CCR richt zich bewust alleen op de belangenbehartiging.



**8. BLIJF BOUWEN AAN DE
COMMUNITY, LAAT JE STEM
HOREN EN REALISEER
VERANDERING**

Als je als belangenbehartiger bedacht hebt wat je missie is, met welke stakeholders je te maken hebt, hoe je wilt communiceren naar buiten, hoe je ophaalt vanuit de werkenden en welke beleidsoplossingen je wilt realiseren, is het zaak om je standpunten kenbaar te maken. Kenbaar te maken aan wie het ook maar wil horen!

Dat hoef je niet alleen te doen. Het uitdragen van je 'geluid' kun je samen oppakken met stakeholders. Sterker nog, de expertise en lobbykracht van alle partijen zijn essentieel om een verandering te bewerkstelligen. Vind elkaar op de 'common ground' en neem deze als vertrekpunt om de oplossingen vorm te geven. In bijlage I vind je een uiteenzetting daarvan in Rotterdam.

Het bouwen aan een community is geen project met een kop en een staart. Het gaat altijd door. Het is essentieel dat er een community gebouwd wordt omdat dit jouw organisatie bestaansrecht geeft. Continu ben je als belangenbehartiger informatie aan het ophalen, deze informatie aan het delen met stakeholders, informatie aan het ontsluiten bij de werkenden, en vervolgens haal je weer informatie op. Het is een doorlopend proces, waarbij je tijdens iedere ronde iets nieuws leert. Wees niet bang om fouten te maken, daar lessen uit te trekken en vergeet niet om naar de werkenden te blijven communiceren wat je aan het doen bent. Immers doe je het voor hen. 'Make them feel special', zodat de belangenbehartiging gaat leven en er veranderingen gerealiseerd kunnen worden.



FINALE OVERWEGINGEN

Deze blauwdruk biedt een gedetailleerde strategie voor het versterken van de positie van werkenden in de culturele en creatieve sector. Deze benadering is echter specifiek ontworpen voor Rotterdam, waardoor er enkele aandachtspunten zijn bij het toepassen van deze strategie buiten deze context:

1. Lokale verschillen: Culturele, economische en politieke contexten kunnen aanzienlijk verschillen per gemeente. Met andere woorden; wat in een andere regio werkt, of landelijk, hoeft niet per se lokaal te werken. Het is daarom aan te raden een autonome koers te varen als belangenbehartiger. Zorg ervoor dat je soeverein kunt handelen en maak eventueel afspraken hierover met de gemeente - met de Rotterdamse gemeente ervaren wij dit als positief. Ga ook tijdig het gesprek aan met de landelijke Creatieve Coalitie over de lange termijn vorm van het project (zelfstandig of blijvend in projectvorm).

2. Stakeholderbetrokkenheid: Deze blauwdruk benadrukt het belang van samenwerking met lokale stakeholders. In Rotterdam zijn er veel stakeholders, maar dat kan in iedere gemeente verschillen. Goede relaties met enkele belangrijke stakeholders is wel belangrijk om een vliegende start te maken.

3. Financieringsmodellen: In iedere gemeente kan de belangenbehartiging anders gefinancierd worden. Toch ontkom je niet aan subsidie, zo hebben wij ervaren.

4. Regelgeving en beleid: Het beleid en stelsel kan per gemeente verschillen. Dit kan van invloed zijn op de implementatie van het stappenplan.

Het is essentieel om deze valkuilen te herkennen en strategieën dienovereenkomstig aan te passen om de effectiviteit in andere steden of regio's te waarborgen.



CONCLUSIE EN DANKWOORD

Dit document beschrijft de inspanningen van de Creatieve Coalitie Rotterdam (CCR) om de sociaal-economische positie van werkenden in de culturele en creatieve sector te verbeteren en hun belangen te behartigen.

De blauwdruk bevat een acht puntenplan. Deze begint bij het opstellen van een gedeelde missie. Vervolgens het in kaart brengen van de doelgroep, de stakeholders en de politieke situatie. Daarna het opstellen van een communicatieplan, uitvoering geven aan de missie (en vervolgens alles opnieuw tegen het licht houden) en het opstellen van beleidsoplossingen. Tot slot eindigen we met het belang van een goede financieringsmix en het continu blijven bouwen aan de community. In Rotterdam hebben wij ondervonden dat het belangrijk is om als gloednieuwe belangenbehartiger de werkenden in de sector fysiek te kunnen spreken en te ontmoeten. Dat levert verreweg de beste inzichten op én draagt bij aan het vormen van één stem binnen de community.

Daarnaast hebben wij enkele bevindingen uit Rotterdam in het stappenplan gedeeld. Zo hebben wij onder werkenden gesignaleerd dat zij problemen ervaren met het aanvragen van fondsen, het professionaliseren van de beroepspraktijk, het effectief overbrengen van de eigen ideeën op anderen en hebben wij gesignaleerd dat er sprake is van een gebrek aan kennis over de financiële- en subsidiemogelijkheden en de auteursrechten als maker. Ook hebben wij enkele belangrijke behoeftes opgehaald. De behoefte van werkenden om hulp te krijgen bij het hanteren van Fair Pay, hulp bij ondernemerschap en de behoefte om op een betaalbare plek te kunnen maken of anderen te ontmoeten.

Voor meer bevindingen uit Rotterdam verwijzen wij naar de uitvoerige bijlagen.

Graag willen wij onze belangrijkste stakeholders bedanken voor hun tijd en inspanningen. De workshops die zij ons hebben gegeven, de bijdragen die zij hebben geleverd om activiteiten te ontplooiën, tot aan het begeleiden van dit proces om tot een blauwdruk te komen en dit vervolgens op te schrijven. Dank voor jullie inspanningen.

Met vriendelijke groet,

Creatieve Coalitie Rotterdam



BIJLAGE A

Breng de stakeholders en politieke situatie in kaart

- Stichting Kunstaccommodatie Rotterdam (SKAR): zij beheren en ontwikkelen betaalbare en passende werkruimte voor de creatieve sector (ateliers) in Rotterdam in opdracht van de gemeente Rotterdam.
- Gemeente Rotterdam: de gemeente heeft verschillende afdelingen en loketten die zich bezighouden met cultuur en kunst. Het is het eerste aanspreekpunt voor initiatieven die lokale kunstenaars en creatieven willen ondersteunen.
- Stadsbestuur: Binnen het college van B&W van Rotterdam is Said Kasmi, namens D66, de wethouder die verantwoordelijk is voor cultuurbeleid. Hij is sinds 5 juli 2018 wethouder in deze rol. In de gemeenteraad zijn er diverse raadsleden met cultuur in de portefeuille. Deze portefeuilles kunnen nog weleens wisselen.
- Cultuurscouts: In verschillende wijken van Rotterdam zijn cultuurscouts actief. Zij vormen een brug tussen de gemeente en lokale kunstenaars, en kunnen helpen bij het vinden van kansen en ondersteuning.
- CBK Rotterdam (Centrum Beeldende Kunst): CBK Rotterdam ondersteunt beeldend kunstenaars in de stad. Ze bieden onder andere subsidies, advies en werkplekken.
- Het Cultuurplan van de Gemeente Rotterdam: Dit is een vierjarig plan waarin de verdeling van subsidies aan culturele instellingen wordt vastgesteld. Hierin kunnen mogelijkheden liggen voor nieuwe initiatieven.
- Ondernemersloket van de gemeente Rotterdam: Zij kunnen advies geven over ondernemen in de culturele sector, waaronder subsidies, vergunningen en netwerkmogelijkheden.

BIJLAGE B

Breng de stakeholders en politieke situatie in kaart

Wij hebben een overzicht gemaakt van lokale, regionale en nationale financieringsbronnen voor culturele en creatieve werkenden.

1. Gemeente Rotterdam: Biedt verschillende subsidiemogelijkheden voor werkenden in de kunst en cultuursector, waaronder projectsubsidies en ontwikkelingssubsidies.
2. CBK Rotterdam (Centrum Beeldende Kunst Rotterdam): Verleent subsidies en ondersteuning specifiek voor beeldende kunstenaars.
3. Rotterdam Festivals: Biedt financiering en ondersteuning voor evenementen en festivals in Rotterdam.
4. Fonds Podiumkunsten: Richt zich op het verstrekken van subsidies aan podiumkunsten, waaronder muziek, dans en theater.
5. Fonds voor Cultuurparticipatie: Stimuleert participatie in cultuur, met subsidies voor culturele projecten en educatie.
6. Mondriaan Fonds: Biedt financiële ondersteuning voor beeldende kunst en cultureel erfgoed, waaronder subsidies voor kunstenaars, bemiddelaars en musea.
7. Cultuurfonds: Ondersteunt projecten op het gebied van cultuur, natuur en wetenschap, waaronder subsidies voor kunstenaars en culturele organisaties.
8. Stimuleringsfonds Creatieve Industrie: Richt zich op het stimuleren van de creatieve industrie, met subsidies voor projecten op het gebied van architectuur, design en digitale cultuur.
9. Kunstloc Brabant: Biedt advies en ondersteuning aan kunstenaars en creatieven in Zuid-Nederland, inclusief Rotterdam.
10. VSBfonds: Ondersteunt een breed scala aan maatschappelijke en culturele projecten, waaronder subsidies voor kunst en cultuur.

11. Stichting DOEN: Verstreckt subsidies aan projecten die bijdragen aan een groene, sociale en creatieve samenleving.
12. Stichting Droom en Daad: Een Rotterdamse stichting die zich richt op het versterken van kunst en cultuur in de stad.
13. Ondernemersloket van de gemeente Rotterdam: Kan advies geven over lokale financieringsmogelijkheden en subsidies voor ondernemers in de creatieve sector.
14. Europese subsidies: Voor grotere projecten of samenwerkingen kunnen Europese fondsen zoals Creative Europe of Horizon Europe interessant zijn.
15. Het Nederlands Filmfonds: Voor filmmakers, biedt ondersteuning voor de ontwikkeling, realisatie en distributie van films.
16. Het Letterenfonds: Specifiek voor schrijvers en vertalers, biedt subsidies voor projecten gerelateerd aan literatuur.
17. BNG Cultuurfonds: Ondersteunt culturele projecten van gemeenten of hun culturele instellingen.
18. Janivo Stichting: Richt zich op het ondersteunen van kunst- en cultuurprojecten voor kinderen en jongeren.
19. K.F. Hein Fonds: Biedt ondersteuning aan culturele en sociale projecten in de provincie Utrecht, maar soms ook daarbuiten.
20. SIDN Fonds: Biedt subsidies voor projecten die bijdragen aan een sterk internet of die internet op een vernieuwende manier inzetten.
21. Goethe-Institut: Voor projecten die de Duitse taal en cultuur promoten, inclusief samenwerkingsprojecten.
22. BankGiro Loterij Fonds: Ondersteunt culturele projecten die mensen verbinden en cultuur toegankelijk maken.
23. Cultuur+Ondernemen: Biedt leningen en garanties aan culturele projecten en ondernemingen.
24. Het Vrijvrouwe van Renswoude Fonds: Biedt financiële steun voor kunstenaars in opleiding.

25. Stichting Bevordering van Volkskracht: Financiert projecten op het gebied van kunst en cultuur, voornamelijk in Rotterdam.
26. Erasmusstichting: Ondersteunt projecten die bijdragen aan de culturele en wetenschappelijke ontwikkeling van Rotterdam.
27. Europa Nostra Funding Guide: Voor projecten die cultureel erfgoed beschermen en promoten, inclusief internationale samenwerkingen.
28. Verre Bergen: Stichting De Verre Bergen wil Rotterdam beter en sterker maken. Dat doet zij door sociaal maatschappelijke programma's te bedenken, te steunen, te ontwikkelen, uit te voeren, continu te verbeteren en te onderzoeken op maatschappelijk rendement en de kennis hierover te delen.
29. Cultuur Concreet: Cultuur Concreet brengt Rotterdammers dichtbij huis in aanraking met cultuur. Zij ondersteunen laagdrempelige en toegankelijke culturele activiteiten in de wijk, passend bij de behoeften van de bewoners; van hiphop in Hoek van Holland tot poëzie in Prins Alexander.

BIJLAGE C

Breng de stakeholders en politieke situatie in kaart

Rotterdam kent een levendige culturele scene met diverse grote culturele organisaties. Als belangenbehartiger van werkenden zou je het liefste willen aansluiten bij een gespreksorgaan waar (de meeste) van deze culturele organisaties zijn aangesloten. In Rotterdam is het DO (directeurenoverleg) daar een voorbeeld van. De relatieve onbekendheid van de Creatieve Coalitie Rotterdam zorgt ervoor dat er nog niet genoeg gewicht in de naam zit om als gelijkwaardige partner in dergelijke gremia te worden opgenomen. (het eerder genoemde gewicht van je orgaan komt hier weer naar boven)

Het is aan te raden de gemeente te vragen of zij hierin een rol van betekenis kunnen spelen, omdat veel van deze instellingen financieel ondersteund worden door de gemeente.

Om Fair Pay, Fair Share en Fair Chain te realiseren, zijn het de financiers, fondsen en de werkgevers die allereerst aan zet zijn. Culturele organisaties zijn vaak de partijen die het werk verschaffen. Het is van belang om met enige regelmaat deze actoren te spreken om hen aan te spreken op het realiseren van bijvoorbeeld Fair Pay, over de uitvoering hiervan en om de relatie tussen werkenden en instellingen te verbeteren.

Wij hebben een overzicht gemaakt van enkele van de belangrijkste culturele organisaties binnen Rotterdam:

- Rotterdam Festivals: Deze organisatie helpt bij de coördinatie en promotie van festivals in Rotterdam, wat een belangrijk platform kan zijn voor lokale kunstenaars.
- Theater Rotterdam: Een vooraanstaand podium voor theater, dans en opera.
- Kunsthal Rotterdam: Een toonaangevend centrum voor moderne en hedendaagse kunst.
- Museum Boijmans Van Beuningen: Een bekend museum voor beeldende kunst met een rijke collectie.
- De Doelen: Een concert- en congresgebouw, bekend om zijn klassieke en jazzconcerten.
- WORM Rotterdam: Een multidisciplinair kunstpodium gericht op experimentele, avant-garde kunst en muziek.

- Het Nieuwe Instituut: Centrum voor architectuur, design en digitale cultuur.
- TENT Rotterdam: Een platform voor hedendaagse kunst dat zich richt op de Rotterdamse kunstscene.
- International Film Festival Rotterdam (IFFR): Een van de grootste filmfestivals in Nederland.
- HipHopHuis: Een centrum gewijd aan hiphopcultuur, met workshops, evenementen en optredens.
- Rotterdam Ahoy: Een evenementenlocatie die grote culturele evenementen en concerten host.
- LantarenVenster: Een centrum voor film en muziek, met een focus op jazz en wereldmuziek.
- Het Rotterdams Philharmonisch Orkest: Een wereldberoemd symfonieorkest gevestigd in De Doelen.
- Theater Zuidplein: Een theater met een breed aanbod van voorstellingen, vaak gericht op een divers publiek.
- V2, Lab for the Unstable Media: Een interdisciplinair centrum voor kunst en mediatechnologie.
- Het Nederlands Fotomuseum: Een museum gewijd aan fotografie met een uitgebreide collectie.
- Codarts Rotterdam: Een internationale kunsthogeschool die opleidingen biedt in muziek, dans en circus.
- SKVR (Stichting Kunstzinnige Vorming Rotterdam): Biedt een breed scala aan kunst- en cultuur cursussen en workshops, en kan mogelijkheden bieden voor docentschap of projecten.
- Arminius: Een debat- en cultuurpodium dat regelmatig evenementen en bijeenkomsten organiseert.
- CBK Rotterdam (Centrum Beeldende Kunst): Biedt kansen en ondersteuning voor beeldende kunstenaars, waaronder tentoonstellingen en kunst opdrachten.
- Roodkapje: Een experimenteel kunstpodium dat ruimte biedt aan jonge en vernieuwende kunstenaars.
- Poetry International Rotterdam: Een platform voor dichters en poëzie liefhebbers, inclusief het jaarlijkse Poetry International Festival.
- Showroom MAMA: Een kunstruimte gericht op hedendaagse kunst en cultuur, met een focus op jong talent.
- Galerie Cokkie Snoei: Een galerie die werk van hedendaagse kunstenaars tentoonstelt en kan samenwerken met zelfstandige kunstenaars.
- Het Gemaal op Zuid: Een cultureel centrum dat zich richt op kunst en culturele projecten in Rotterdam-Zuid.
- Stichting Baroeg: Een podium voor alternatieve en underground muziek, van metal tot elektronisch.

- Garage Rotterdam: Een tentoonstellingsruimte voor hedendaagse kunst, vaak met vernieuwende projecten.
- North Sea Jazz Club: Biedt een podium voor jazzmuzikanten en kan kansen bieden voor optredens of samenwerkingen.
- O Rotterdam: Een jaarlijks festival voor hedendaagse opera en muziektheater, wat samenwerkingsmogelijkheden kan bieden.
- Witte de With Center for Contemporary Art: Een internationaal bekend centrum voor hedendaagse kunst.

Deze culturele instellingen, en nog meer, vertegenwoordigen een breed spectrum van de kunst- en cultuurscene in Rotterdam

BIJLAGE D

Enquêtes en interviews met creatieven en professionals

In het kader van onze inspanningen om de arbeidsmarktpositie van creatieve en culturele werkenden in Rotterdam te versterken, hebben we verschillende onderzoeksmomenten georganiseerd, zoals workshops, dialoogtafels en enquêtes. We hebben waardevolle input verzameld van een diverse groep deelnemers, variërend van gevestigde kunstenaars en ontwerpers tot opkomende creatieve talenten. Enkele kernpunten uit onze enquêtes en discussies zijn:

1. **Meeting 10 mei 2023.** Dialoogtafels en Groepsdiscussies: deze meeting gaf inzicht in de persoonlijke en professionele groei van de deelnemers en benadrukten gemeenschappelijke drempels zoals financiering en markttoegang. Hier waren 20 mensen aanwezig. Vragen die we hierbij stelden waren:

- Waar ben jij als maker trots op?
- Waar loop ik als maker nog tegenaan?
- Waar heb je behoefte aan als maker?
- Is er iets dat jij weet, waarvan je denkt dat andere makers ook van moeten weten?

2. **Meeting 15 juni 2023.** Werkvorm en vragenlijst: Dit was een meeting waar vier groepen van 8 creatievelingen aanwezig waren. De meeting focuste op de behoeften en uitdagingen van creatieve ondernemers. Deelnemers gaven aan behoefte te hebben aan meer professionalisering, financieel inzicht en ondersteuning bij onderhandelingen. Vragen die wij gesteld hebben waren:

- Welke ondersteuning of middelen zou je willen zien om jouw makers praktijk te verbeteren?
- Welke concrete stappen zouden genomen kunnen worden om de Rotterdamse makers praktijk te verbeteren?
- Welke mogelijkheden zie je voor meer samenwerking tussen Rotterdamse makers?

3. **Meeting 21 juli 2023.** Besprak de voortgang en obstakels in het creatieve proces en ondernemerschap. Bij deze meeting waren 30 mensen aanwezig. De feedback onderstreepte de noodzaak van betere toegang tot netwerken en middelen. Vragen die we stelden waren onder andere:

- In hoeverre ben je in staat om genoeg geld om te zetten vanuit je makers praktijk?
- In hoeverre ben je in staat om de kennis te verwerven die je nodig hebt om jezelf financieel te bedruipen?
- In hoeverre heb je het idee dat je invloed hebt op omstandigheden waar je met creatief werk mee te maken krijgt?

4. **Mentimeter Enquêtes (Jongerevent en Creative Cookout).** Leverden kwantitatieve data op over de percepties en voorkeuren van jonge creatieven, met specifieke aandacht voor hun behoeften in termen van ondersteuning en ontwikkeling. De uitslagen hiervan vindt u onderaan in PDF format.

Activiteiten

Er hebben tal van activiteiten plaatsgevonden in Rotterdam om de stem van Rotterdamse werkenden te gaan vertolken. Hierbij vind je een overzicht van de activiteiten die de Creatieve Coalitie Rotterdam heeft ondernomen.

5 februari 2023

Individuele interviews 20 makers

10 mei 2023

Vissenkomp meeting CCR: 30 respondenten

15 juni 2023

Makers op Zuid Meeting: 40 aanwezigen

21 juli 2023

Creative Cookout: 35 creatives

12 augustus 2023

vergadering Vereniging voor Rotterdamse Fondsen

6 september 2023

CCR @ RSCW 150 mensen bereikt

21 oktober 2023

Meeting Find and Fund: online financieringstool

23 oktober 2023

Meeting community ROFFA x CCR 50 community leaders

6 november 2023

Meeting gemeenteraad Rotterdam

4 december 2023

Inspreken CCR bij de gemeenteraad Rotterdam

BIJLAGE E

Uit ons kwantitatief en kwalitatief onderzoek hebben wij ook inzichten gehaald over hoe je Rotterdamse werkenden het beste kunt benaderen. Wij signaleerden duidelijk het Rotterdamse DNA met de *Do it yourself* mentaliteit en het van niets iets kunnen maken. Het is tegelijkertijd ook een houding die de Rotterdamse werkende aanneemt en daardoor niet meer kijkt naar wat er allemaal nog extra mogelijk is.

Hoe kun je je navigeren in het landschap van kunst en cultuur in relatie tot de gemeente, ondernemerschap en zelfbeschikking? Hieronder vind je een uiteenzetting van onze bevindingen.

Krachtenveld van de makers:

- Artisticiteit: Focus op de unieke artistieke skills en talenten
- Authenticiteit: De waarde van originele expressie
- Tonen van Kwetsbaarheid: Openheid over creatieve processen, uitdagingen, en falen
- Safe Space Creëren: Veilige omgeving voor creatieve uiting
- Do It Yourself Mentaliteit: Eigen initiatief en zelfstandigheid

Behoeften:

- Vertegenwoordiging en Wegwijzers: Een aanspreekpunt of orgaan dat vertegenwoordigt en gidst
- Financiële & Onderhandelings Educatie: Uitbreiding van financiële kennis en onderhandelingstechnieken
- Ondernemerschap voor Makers: Manieren om los te komen van subsidies
- Netwerken en Masterminds: Onderling contact en kennisdeling
- Professionaliseringstrajecten: Cursussen of workshops over onderhandeling, personal branding, en het binnenhalen van opdrachten
- Fysieke en Online Ruimte: Toegankelijke plekken om te creëren en informatie te vinden
- Vertegenwoordiging in Machtsposities: Inzicht in en routes naar machtsposities binnen de sector

BIJLAGE F

Gemeente Rotterdam:

Het "Subsidiehuis Cultuur" van de Gemeente Rotterdam omvat verschillende soorten subsidies en ondersteuningsvormen voor de culturele sector. In deze bijlage geven wij een overzicht:

1. Rotterdamse Culturele Basis:

- Heeft een sleutelpositie in de culturele infrastructuur van Rotterdam.
- Biedt financiering voor een integraal meerjarenplan, inclusief programma's, projecten en overhead.

2. Cultuurplan:

- Is een onderdeel van de culturele infrastructuur van de stad.
- Voorziet ook in financiering voor een integraal meerjarenplan voor programma's, projecten en overhead.
- Na vier jaar vindt er een nieuwe integrale afweging plaats in het adviestraject.

3. Projectsubsidies Cultuur met Adviescommissie:

- Deze subsidies zijn bestemd voor specifieke culturele projecten en worden beoordeeld door een adviescommissie.

4. Impulsregeling:

- Een traject van twee jaar dat ontwikkeling en doorgroei faciliteert.
- Gericht op jonge instellingen (2-8 jaar oud).

5. Overige Subsidieregelingen:

- Lokale Culturele Programmering (CultuurConcreet).
- Jaarsubsidies voor amateurverenigingen.

6. Alternatieve Ondersteuningsvormen:

- Crowdfunding met Voordekunst.
- Pitcher Perfect 010.
- Rotterdamse Cultuurlening met Cultuur+Ondernemen.

7. Specifieke Regelingen die Aansluiten bij Actuele Trends:

- Bijvoorbeeld de "Oproep Eenzaamheid", die aansluit bij recente maatschappelijke ontwikkelingen.

Buiten het Cultuurplan zijn er nog enkele meerjarige regelingen zoals KCR Cultuur Concreet en CBR. Deze regelingen en programma's bieden een breed scala aan ondersteuningsmogelijkheden, variërend van financiële steun tot leningen en crowdfunding, en zijn gericht op zowel gevestigde instellingen als opkomende kunstenaars en culturele ondernemingen

Standpunt gemeente Rotterdam

De culturele sector is de afgelopen jaren sterk veranderd. Het aantal werkenden is fors gegroeid. Zij zijn in toenemende mate cruciaal voor een wendbare en weerbare sector. De *werkenden in de kunst en cultuursector* leveren een grote bijdrage aan de flexibiliteit van de sector. Het creatief talent binnen de sector dat vaak ook opereert binnen de kleinschaligheid zorgt voor een grote wendbaarheid. Daarnaast leveren zij een belangrijke bijdrage aan de productiekraft en de ontwikkeling van de sector. Zij vormen hiermee een belangrijke schakel in de creatieve en culturele keten.

De gemeente Rotterdam heeft zich dan ook voorgenomen om te werken aan gelijkwaardig partnerschap en versterking van de arbeidsmarktpositie van de zzp'ers in de creatieve industrie. Hieronder een uiteenzetting hoe de gemeente dit voor zich ziet.

Gelijkwaardig partnerschap:

- Rechtstreekse invloed op beleidsvorming:
- Deelname van de Creatieve Coalitie Rotterdam aan het overleg met wethouder en Directeurenoverleg Cultuur (het netwerk van meerjarig gesubsidieerde culturele organisaties)
- Erkenning van de cruciale rol van *creatives* in de sector:
- Positioneren van de Creatieve Coalitie Rotterdam als belangenbehartiger.
- Structurele afstemming met het Directeurenoverleg Cultuur.

Versterking van de positie op de arbeidsmarkt:

Behoud van banen en expertise:

- Gemeente Rotterdam hanteert een standaard minimumtarief voor inzet werkenden in de kunst en cultuursector
- Gemeente Rotterdam bevordert opdrachten van gemeente, maatschappelijke sectoren en het bedrijfsleven
- Gemeente Rotterdam ondersteunt interconnectie met andere domeinen van de Rotterdamse economie en samenleving

Bevorderen van samenwerking:

- Uitbreiden van fysieke werk- en presentatieruimtes en faciliteiten in hubs
- Het vormen en delen van kennis over methodieken, werkwijzen, good practices

Collectieve afspraken:

- Toezien op en handhaven en naleving van de Fair Practice Code
- Bevorderen dat Rotterdamse instellingen deelnemen aan cao's, inclusief afspraken voor *werkenden in de kunst en cultuursector*
- Inzet van Rotterdamse makers en *werkenden in de kunst en cultuursector*, bij verscheidene opdrachten; eerst kijken naar expertise in Rotterdam van onze eigen mensen voordat andere steden aangevlogen worden.

We zien dat de gemeente welwillend is en het belang van *werkenden in de kunst en cultuursector* hoog heeft zitten. Tegelijkertijd kun je ook lezen dat de stappen die ze willen zetten nog weinig concreet zijn en nog redelijk abstract blijven. Op welke manier wil je exact deze verandering brengen? De enige manier om dit beleid goed te laten landen is door het te toetsen in de praktijk en een feedbackloop te creëren waardoor de uitvoering van het beleid steeds meer en beter kan worden aangescherpt zodat we in een situatie terechtkomen die daadwerkelijk functioneert zoals die bedoeld is. Vanaf 2024 tot en met 2028 is er wel voorgenomen om een aantal stappen te zetten die er vanuit gemeentelijk niveau kunnen worden uitgevoerd namelijk:

- Het maken van een switch van instellingsbeleid naar integraliteit (instellingen én makers, uitvoerenden enz.)
- Het versterken van de positie van *werkenden in de kunst en cultuursector* door de Fair Practice Code te onderschrijven en toe te passen.
- Middelen voor Fair Pay vrij te maken zodat er een eerlijk tarief geboden kan worden

Daarnaast is er recent een uitgangspuntennota cultuur uitgebracht genaamd: 'Van onschatbare waarde'. Hierin is nadrukkelijker aandacht voor drie l's (Inclusie, Interconnectiviteit en Innovatie) en codes als de Fair Practice Code.. Ook heeft de gemeente toegezegd op het versterken van een samenwerking met de Creatieve Coalitie Rotterdam.

Er wordt nu ook gestuurd op een partnerschap met *werkenden in de kunst en cultuursector*, gelijkwaardig aan dat van gesubsidieerde culturele organisaties. Er komt financiële ondersteuning voor *werkenden in de kunst en cultuursector* (en een helpdesk om daarmee om te gaan). Er komt ook een kenniswerkplaats waarin de nodige informatie verstrekt kan worden.

BIJLAGE G

Ondersteuning bij Fondsaanvraag:

1. Workshops & Templates: geef workshops aan waarin het proces stap voor stap wordt uitgelegd en stel sjablonen beschikbaar voor aanvragen.
2. Mentorprogramma: koppel ervaren creatievelingen aan nieuwkomers om ze te helpen met het aanvraagproces.

“Ondersteuning” is een breed begrip en de twee bovengenoemde punten kunnen op verschillende manieren aangeboden worden. Het is van belang dat we de juiste taal spreken, de juiste mensen opleiden om deze workshops en mentorprogramma’s aan te kunnen bieden en het goed promoten dat deze mogelijkheden er zijn.

Professionalisering & Onderhandeling:

1. Cursus onderhandelingstechnieken: een workshopserie die zich richt op professionele onderhandeling.
2. Toolkit voor werkenden: een online resource met artikelen, video's en templates gericht op professionalisering.

Dit is een dynamisch proces. Start eerst met waar het meeste vraag naar is en houd de oren en ogen open tijdens de cursus. De werkenden in de sector zullen zelf aangeven waar nog meer behoefte aan is en waar de meeste impact mee gemaakt wordt. Belangrijk is om als eerst te starten, successen te delen en de *creatives* het gevoel te geven dat het informatie is waar ze echt verder mee kunnen komen. Dit zou eventueel door hetzelfde orgaan gegeven kunnen worden als bij de fondsaanvraag ondersteuning. Denk aan een one stop shop idee.

Ondernemerschap voor makers:

1. Subsidie Onafhankelijkheid Programma: Een cursus of bootcamp die zelfstandige werkenden helpt bij het ontwikkelen van een businessmodel dat niet afhankelijk is van subsidies of hier steeds verder vanaf beweegt.
2. Investeerdersnetwerk: Maak een platform waar werkenden en potentiële investeerders elkaar kunnen vinden.

Hierin kan de gemeente een belangrijke rol spelen. Welke sectoren hebben potentiële investeerders in de creatieve sector en kunnen we deze bij elkaar brengen? Door interessante partijen met elkaar te matchen bevorderen we de interconnectiviteit en creëren we een win-win situatie voor investeerders, *werkenden in de kunst en cultuursector* en gemeente.

Netwerk & Mastermind Functies:

1. Maandelijks Meetups: Regelmatige netwerkbijeenkomsten voor kennisuitwisseling en samenwerking.
2. Online Community: Een forum of app waar leden ervaringen en kennis kunnen delen.

Hier zou de Creatieve Coalitie Rotterdam een rol in kunnen spelen. Er moet iemand zijn die deze functie vervult en regelmatig investeert in de relatie op een persoonlijk niveau. In deze ontmoetingsruimten vinden de onverwachte samenwerkingen plaats en kan er kennis worden gedeeld op een informele manier.

Toegankelijke Ruimtes:

1. Co-Working Space: Een betaalbare, toegankelijke plek specifiek voor werkenden.
2. Online Portaal: Een one-stop-shop website met alle relevante informatie en kansen in de sector.

Dit is een beleidsmatige interventie die we proactief moeten inzetten voor het creëren van werkruimte voor *creatives*. Nu wordt er vaak vanuit huis of geïmproviseerde ruimtes gewerkt, terwijl er instanties zoals SKAR zijn die verantwoordelijk zijn voor dit onderdeel. Deze worden niet genoeg gevonden en daardoor wordt er niet optimaal gebruik van gemaakt. Tegelijk brengen we hierdoor niet goed genoeg in kaart waar de vraag zit en hoe groot deze vraag is. Door de samenvoeging van het online portaal zou je - bijna net zoals hoe je reageert op huurhuizen - kunnen reageren op creatieve ruimtes.

Machtsposities:

1. Leiderschapsprogramma: Een jaarlijkse opleiding of serie masterclasses die zich richten op de vaardigheden die nodig zijn om leiding te geven in de culturele en creatieve sector.
2. Adviesraad: Een raad met een mix van gevestigde en opkomende talenten die de sector vertegenwoordigen bij beslissingen die de gemeenschap aangaan.

Inspraak en zeggenschap begint bij leiderschap dat goed uitgevoerd wordt. Wie zijn de potentiële leiders of misschien al wel de leiders die niet worden geplaatst op de posities waar ze van veel grotere waarde kunnen zijn dan waar ze nu zitten? Kunnen we door middel van leiderschapsprogramma's ervoor zorgen dat we deze leiders *empoweren* en *enablen* om het verschil te maken?

BIJLAGE H

Prestatieindicatoren

1. Toename van Artistieke Projecten en Werken: Meten van de toename in het aantal gecreëerde artistieke werken of projecten, als indicator van verhoogde artistieke productie en expressie.
2. Groei in Zelfstandige Financiering: Beoordelen hoeveel werkenden in staat zijn geweest om zelfstandige financieringsbronnen te ontwikkelen buiten traditionele subsidies om.
3. Verbetering in Fondsaanvraag Succesratio: Meten van de verbetering in het aantal succesvolle fondsaanvragen na implementatie van educatieve programma's.
4. Toename in Ondernemersvaardigheden: Evaluatie van de ontwikkeling in ondernemersvaardigheden, gemeten door succesvolle onderhandelingen, pitches, en zakelijke transacties.
5. Uitbreiding van Netwerken: Beoordelen van de groei en kwaliteit van professionele netwerken en samenwerkingen binnen de sector.
6. Gebruik van Fysieke en Online Ruimtes: Meten van de frequentie en intensiteit waarmee de gecreëerde fysieke en online ruimtes worden gebruikt voor creatieve doeleinden.
7. Toename van Professionele Ontwikkelingsactiviteiten: Registreren van de deelname aan professionaliseringstrajecten zoals workshops en cursussen.
8. Feedback van Deelnemers: Verzamelen van kwalitatieve feedback van de werkenden over hoe de blauwdruk hun artistieke en zakelijke ontwikkeling heeft beïnvloed.
9. Succesverhalen en Case Studies: Documenteren van specifieke succesverhalen en case studies als voorbeelden van positieve impact.
10. Zichtbaarheid en Representatie: Meten van de aanwezigheid en impact van creatieve ondernemers in machtsposities en besluitvormingsorganen binnen de sector.
11. Implementeren en monitoren: Rol het volledige plan uit en zet een systeem op voor voortdurende monitoring en evaluatie. Evalueer regelmatig de voortgang en stel indien nodig bij.
12. Verspreiden en verdedigen: Promoot de blauwdruk bij alle relevante belanghebbenden en pleit voor de voortdurende ondersteuning en aanpassing ervan.

BIJLAGE I

Common ground

De gemeente heeft een aantal kansrijke beleidsvoornemens in de beleidsplannen opgenomen waarop wij common ground zien.

1. Kenniswerkplaats: De gemeente heeft het over een 'Kenniswerkplaats' in de periode 2025-2028. Dit zou een uitstekende plek kunnen zijn voor de financiële en onderhandeling educatie waar de werkenden behoefte aan hebben. Ook de professionaliseringstrajecten en leiderschap routes zouden hier uitgezet kunnen worden. Vergeet hierbij niet het online kennisportaal dat hiermee moet overeenstemmen en dat naar elkaar verwijst.
2. Financiële Helpdesk: Financiële ondersteuning en een helpdesk voor zzp'ers kunnen een aanvulling zijn op het vertegenwoordigend orgaan waar werkenden behoefte aan hebben.
3. Fair Pay en de gehele Fair Practice Code: Aangezien de gemeente middelen vrijmaakt voor Fair Pay en de Fair Practice Code, kan de Creatieve Coalitie Rotterdam hier wellicht workshops of seminars omheen organiseren om mensen up-to-date te houden.
4. Meerjarige Afspraken: de Creatieve Coalitie Rotterdam kan proberen om ook op de langere termijn een rol te spelen in deze plannen. Vooral gezien de gemeente nadrukkelijk aandacht heeft voor het versterken van de samenwerking met de de Creatieve Coalitie Rotterdam in de periode 2024-2028.

Behoeftte - Plan, do, check, act **(haal kennis op, analyseer en pas je strategie aan)**

1. Behoeftte aan Vertegenwoordiging en Wegwijzers

- Gemeente Rotterdam: Directe invloed op beleidsvorming, positioneren van de Creatieve Coalitie Rotterdam als belangenbehartiger.
- Werkenden in de creatieve sector: Behoeftte aan een vertegenwoordigend orgaan en wegwijzer.
- Aansluiting: De gemeente erkent de werkenden in de creatieve sector als een belangrijke partner, waarmee deze werkenden invloed krijgen. Dit zou kunnen fungeren als de vertegenwoordiging waar zij behoeftte aan hebben.

2. Financiële & Onderhandelings Educatie

- Gemeente Rotterdam: Naleving van de Fair Practice Code en het standaard minimumtarief voor *werkenden in de kunst en cultuursector*.
- Werkenden in de creatieve sector: Behoeftte aan financiële kennis en onderhandelings technieken.
- Aansluiting: Door het instellen van een standaard minimumtarief en de Fair Practice Code wordt er gezorgd voor Fair Pay, wat de financiële situatie van zzp'ers kan verbeteren. De gemeente faciliteert workshops en kenniskringen/informatieloket(ten) aangaande financiële kennis en onderhandelings technieken.

3. Fysieke en Online Ruimte

- Gemeente Rotterdam: Uitbreiden van fysieke werk- en presentatieruimtes.
- Werkenden in de creatieve sector: Behoeftte aan fysieke ruimtes om te creëren.
- Aansluiting: Het plan van de gemeente om fysieke ruimtes uit te breiden sluit goed aan bij de behoeftte aan toegankelijke plekken om te creëren. Laten we hierbij kijken naar wie de verantwoordelijkheid hiervoor neemt en hoe deze partij(en) in contact staan met de behoeften van de *creatives*.

4. Netwerk & Mastermind Functies

- Gemeente Rotterdam: Bevorderen van samenwerking en delen van kennis.
- Werkenden in de creatieve sector: Behoeftte aan netwerken en masterminds.
- Aansluiting: Het bevorderen van samenwerking door de gemeente kan dienen als een platform voor netwerken en het delen van kennis, wat aansluit bij de behoeften van de werkenden. De Creatieve Coalitie Rotterdam kan ondersteund worden door de gemeente netwerkevents organiseren waar kennisdeling centraal staat.