

NL

Haalbaarheidsonderzoek Impact Investeren in de Culturele en Creatieve Sector

In opdracht van DOEN Participaties,
Door Martijn Blom en Arthur Steiner



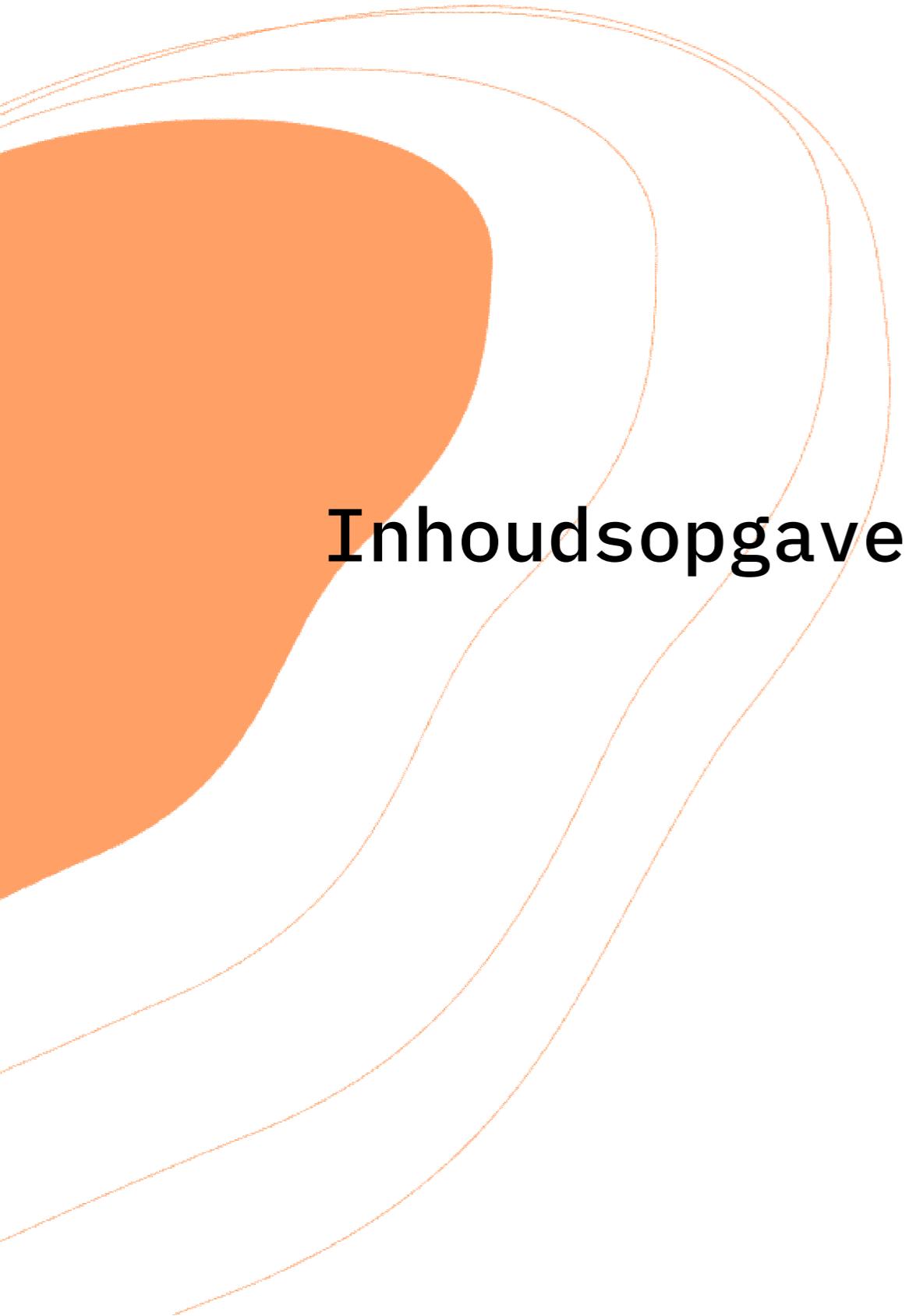
Introductie

Impact Investing is een snelgroeidend fenomeen. Verschillende impact investeringsfondsen investeren in ondernemingen in duurzame energie, circulaire economie, duurzame voedselsystemen en sociale inclusie. Er zijn echter maar weinig impact fondsen die investeren in veranderkracht van de culturele en creatieve sector.

Dit haalbaarheidsonderzoek onderzoekt of impact investment een passende financieringsvorm kan zijn voor de culturele en creatieve sector in Nederland en of er voldoende culturele ondernemingen met een impact zijn die investeerbaar zijn. Daarnaast kijken we of er belangstelling is onder impact investeerders om te investeren in de sector.

Dit onderzoek is geschreven in opdracht van DOEN Participaties, de maatschappelijke investeringsmaatschappij van Stichting DOEN, het fonds van de Nationale Postcode Loterij en VriendenLoterij. Het onderzoek is primair gericht op Nederland. Ter vergelijking verwijzen we in enkele gevallen naar initiatieven en fondsen in andere landen in Europa en de Verenigde Staten, maar deze voorbeelden dienen uitsluitend als voorbeeld of ter vergelijking. De context van de culturele sector en het financieringslandschap verschilt namelijk aanzienlijk binnen Europa en tussen Europa en de Verenigde Staten.

Dit haalbaarheidsonderzoek bestaat uit 4 hoofdstukken. Hoofdstuk 1 geeft een achtergrond over impact investing en de culturele en creatieve sector, en bespreken we wat we bedoelen met impact in deze context. In hoofdstuk 2 bespreken we het financieringslandschap voor de sector in Nederland. In hoofdstuk 3 kijken we naar verschillende potentiële sectoren, hun kenmerken, verdienmodellen en behoeften. In hoofdstuk 4 werken we een aantal fonds-varianten en focusgebieden uit. In hoofdstuk 5 geven we suggesties voor een vervolgtraject.



Introductie	3
Inhoudsopgave	5
Hoofdstuk 1. Achtergrond	6
1.1. Impact Investment	7
1.2. Definitie van de Culturele en Creatieve Sector	9
1.3. Perspectieven op Economie en Cultuur	12
1.3.1 Het perspectief van de “Creative Economy”	13
1.3.2 Het perspectief van “Culture as Public Good”	15
1.3.3 Het perspectief van de “Social and Solidarity Economy”	18
1.4. Impact en waarde van de Culturele en Creatieve Sector	22
1.4.1 De Impact van de culturele en creatieve sector	23
1.4.2 De “eigenstandige waarde” van de culturele en creatieve sector	26
Hoofdstuk 2. Het Financieringslandschap	32
2.1. Overheid-subsidies	34
2.2. Private Fondsen	36
2.3. Leningen	37
2.4. Risicodragend kapitaal	40
Hoofdstuk 3. Potentiële Focusgebieden	44
3.1. Nieuwe Materialen en Ambachten	50
3.2. Ethische Mode	54
3.3. Social Design	59
3.4. Culturele Ruimte	65
3.5. Culturele Producties en Expressie	70
3.6. The Culture	74
Hoofdstuk 4. Aanbevelingen	82
4.1. De Haalbaarheid	83
4.2. Potentiële fonds structuren	89
4.3. Risico-mitigatie en impact-maximalisatie	92
4.4. Aanbevolen Fonds variant	93
Colofon	96

Hoofdstuk 1. Achtergrond

1.1. Impact Investment

Impact investing is de afgelopen jaren sterk in opkomst als een nieuwe investeringsvorm die zich op het snijvlak bevindt van filantropie en traditionele investeringen. Er zijn verschillende definities van impact investment, maar een veel gebruikte omschrijving is dat het gaat om investeringen met de intentie om naast een financieel rendement positieve, sociale en/of ecologische impact te genereren. Vaak wordt hieraan toegevoegd dat het doel is om additionele waarde toe te voegen aan de initiatieven waarin geïnvesteerd wordt die vervolgens aantoonbaar en meetbaar zijn².

Impact Investment zijn Investeringen met de intentie om naast een financieel rendement positieve, meetbare sociale en/of ecologische impact te genereren

Definitie van Global Impact Investing Network (GIIN)
(<https://thegiin.org/>)

Impact Investeerders zijn vaak vermogende particulieren, filantropische stichtingen, pensioenfondsen, verzekeraars en vermogensbeheerders, die via intermediairs zoals fondsmanagers investeren in uiteenlopende domeinen, variërend van hernieuwbare energie en regeneratieve landbouw tot gezondheidszorg, onderwijs, technologieën die water en lucht schoner maken en betaalbare huizen voor mensen met lagere inkomens. De wereldwijde markt voor impact beleggingen is het afgelopen jaar gegroeid van \$1164 mrd naar \$1571 mrd, volgens het Global Impact Investing Network (GIIN)³.

Impactinvesteringen kunnen verschillende vormen aannemen, zoals gunstige leningen (leningen met bijvoorbeeld lage rente), durfkapitaal (risicokapitaal voor start-ups met sociale impact), private equity (investeringen in grote bedrijven met impact doelen), quasi-equity (hybride van schuld en eigen vermogen), social impact bonds (obligaties met terugbetaling op basis van behaalde impact doelen), recoverable grants (subsidies die onder bepaalde voorwaarden terugbetaald kunnen worden).

De meest gebruikelijke vorm van impact investeringen zijn investeringen in risicodragend vermogen (venture capital/ private equity), middels een participatiemaatschappij die kapitaal van meerdere investeerders bundelt om een divers portfolio van sociale ondernemingen te financieren in ruil voor aandelen in de bedrijven. De participatiemaatschappij investeert in het eigen vermogen van de sociale ondernemingen (equity) en verkoopt de participaties met winst en/of dividend wordt uitgekeerd. De Participatiemaatschappij fungeert als general partner, ook wel GP. De investeerders fungeren als limited partners (LP's). De investeerders zijn de kapitaalverschaffers van het fonds. Met het fondsvermogen worden aandelen gekocht in de bedrijven. De fondsmanager is verantwoordelijk voor het beheer van het fonds en kan hiervoor een beheersvergoeding ontvangen (managementfee).

Een voorbeeld is het in Zweden gevestigde Norrsken VC, een van de grootste impact investeerders in Europa, dat recent €320 miljoen heeft opgehaald en van plan is om 30 bedrijven met een focus op impact te financieren in sectoren zoals klimaattechnologie, energie, biotechnologie, AI en gezondheidstechnologie.⁴ DOEN Participaties is de afgelopen 25 jaar uitgegroeid tot de grootste impact investeerder voor duurzame en sociale startups in Nederland. Op dit moment bestaat het portfolio uit 50 participaties en converteerbare leningen en 18 fondsinvesteringen.⁵

1.2. Definitie van de Culturele en Creatieve Sector

In Nederland bestaan er verschillende definities van de "culturele en creatieve sector," die sterk variëren tussen overhedsinstanties, fondsen, instellingen en onderzoekers. Soms wordt een strikte afbakening van de sector gehanteerd, en soms een bredere afbakening waarin ook "media en entertainment" en bijvoorbeeld reclamebureaus worden meegenomen. De Cultuur Monitor gebruikt een cultuurgerichte definitie, terwijl de Monitor Creatieve Industrie een bredere definitie hanteert die zich richt op de creatieve industrie.⁶

Cultuurmonitor onderscheid 10 domeinen in de Nederlandse culturele en creatieve sector: Architectuur, Audiovisueel, Beeldende kunst, Design, Erfgoed, Games, Letteren, Muziek, Podiumkunsten en Theater.

Cultuur Monitor (<https://www.cultuurmonitor.nl/>)

Monitor Creatieve Industrie onderscheid 3 deelsectoren en 14 domeinen: 1) Kunsten en Erfgoed: Podiumkunsten, Scheppende kunsten, Cultureel erfgoed en Overig kunst en erfgoed, 2) Media en Entertainment: Radio en Televisie, Pers Media, Film, Muziekindustrie, Boekenindustrie, Overige Uitgeverijen en Live Entertainment, 3) Creatieve Zakelijke Dienstverlening: Architectuur, Communicatie en Design.

Monitor Creatieve Industrie
(<https://mediaperspectives.nl/project/monitor-creatieve-industrie/>)

In dit haalbaarheidsonderzoek hebben we de 10 "cultuurdomeinen" van de Cultuurmonitor als uitgangspunt genomen. Hiermee sluiten we dus de creatieve industrieën zoals kranten en pers, radio en tv, en marketing- en reclamebureaus uit van dit onderzoek. In het kader van dit onderzoek spreken we daarom ook over "De Culturele en Creatieve Sectoren" in plaats van de "Creatieve Industrien".

Binnen de 10 cultuurdomeinen zijn er zowel commerciële bedrijven als niet-commerciële instellingen actief, met zowel een focus op populaire cultuur, subcultuur, countercultuur en niet-commerciële cultuur. Denk aan commerciële creatieve ondernemingen zoals streetwear merken (design) of hiphop labels (muziek), maar ook niet-commerciële instellingen zoals musea (beeldende kunst) en schouwburgen (theater).

De culturele en creatieve sector groeide tussen 2019 en 2022 jaarlijks met 2,9%, waardoor het aantal banen in 2022 op 390.000 uitkomt. Ter vergelijking: gedurende dezelfde periode steeg het aantal banen in de totale economie jaarlijks met 1,6%. De banengroei in de culturele en creatieve sector kan vooral worden toegeschreven aan de creatieve zakelijke dienstverlening, waarbij design een opvallende subsector is.⁷

Amsterdam is getalsmatig met ruim 77 duizend banen in 2022, de sterkste concentratie van de culturele en creatieve sector⁸. Echter het accent van de banengroei in de sector verschuift de laatste tijd van Amsterdam naar andere delen van Nederland zoals Eindhoven, Rotterdam, Utrecht en Den Haag.

De culturele en creatieve sector is een kleinschalige sector. De gemiddelde bedrijfs grootte is met 1,7 banen per vestiging aanzienlijk kleiner dan de gemiddelde bedrijfs grootte in de ICT-sector met 3,9 en de economie als geheel met 4,7 banen. Het aandeel ZZP'ers in de culturele en creatieve sector is ook bijzonder hoog, en de afgelopen jaren blijft stijgen. In 2022 waren bijna 52% van alle banen in de sector zelfstandigen in Nederland⁹.

1.3. Perspectieven op Economie en Cultuur

Binnen de sector en daarbuiten bestaan verschillende perspectieven op de relatie tussen economie en cultuur. Fondsen, beleidsmakers en instellingen hebben vaak uiteenlopende visies op het huidige economische systeem en de rol van cultuur daarin.

Binnen dit haalbaarheidsonderzoek onderscheiden we drie visies op economie en cultuur: 1) het "creative economy"-perspectief, 2) het perspectief van "culture as a public good" en 3) het perspectief van de "social and solidarity economy".

In het kort legt de "creative economy" de nadruk op de sector binnen het huidige economische systeem terwijl het perspectief van de "social and solidarity economy" uitgaat van een systeem-transitie naar een "*nieuwe economie*". Het perspectief van "culture as a public good" legt de nadruk op cultuur als een collectief goed dat buiten de marktwerking ligt. Wij werken deze drie economische perspectieven hieronder kort uit.

1.3.1 Het perspectief van de "Creative Economy"

Het perspectief van de "creatieve economie" legt de nadruk op de socio-economische baten van de sector voor de samenleving. De nadruk ligt op verschillende "creatieve industrieën" en hoe die socio-economische ontwikkeling genereren in een land, stad of wijk. Zaken als ondernemerschap, intellectueel eigendom en vermarkting van producten en diensten met een culturele component staan centraal.

In het boek *The Creative Economy: How People Make Money* (2001) from Ideas beschrijft de Britse hoogleraar John Howkins de creatieve economie als "een nieuwe manier van denken en doen die de industrieën van productie, dienstverlening, detailhandel en entertainment nieuw leven inblaast, met de nadruk op individueel talent of vaardigheid, en op kunst, cultuur, design en innovatie."¹⁰ Ook de Amerikaan Richard Florida benadrukt in zijn boek "*The Rise of the Creative Class*" (2002) dat de creatieve klasse vandaag de dag van groot belang is voor economische groei en stedelijke ontwikkeling, en dat deze steden dan aantrekkelijker worden voor innovatie, talent en investeringen¹¹.

In essentie benadrukt de "Creatieve Economie" de rol van de sector als motor voor economische groei. Erfgoed kan bijvoorbeeld toeristen aantrekken en zo positieve neveneffecten creëren, terwijl creatieve bedrijven zoals designwinkels, modezaken en "creative hubs" kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van stedelijke gebieden.¹² Verschillende (lokale) overheden hanteren het raamwerk van de "creative economy" om hun stad of land te versterken.

Er wordt daarom gesproken over de sociaal-economische "baten" van kunst en cultuur. Kunst en cultuur kunnen economische groei stimuleren door toerisme aan te trekken, werkgelegenheid te creëren en innovatie te bevorderen. Daarnaast dragen ze bij aan het versterken van sociale cohesie en het verbeteren van zowel de mentale als fysieke gezondheid. Culturele voorzieningen verhogen bovendien de leefbaarheid van wijken.

1.3.2 Het perspectief van “Culture as Public Good”

“The creative economy is an evolving concept based on the contribution and potential of creative assets to contribute to economic growth and development. It embraces economic, cultural and social aspects interacting with technology, intellectual property and tourism objectives: it is a set of knowledge-based, and thus more localized, economic activities with a development dimension and cross-cutting linkages at macro and micro levels to the overall economy.”

UNCTAD (<https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>)

Verscheidene organisaties bevorderen wereldwijd de visie van de "Creatieve Economie." De VN-Conferentie inzake Handel en Ontwikkeling (UNCTAD) speelt een sleutelrol in het versterken van de positie van de 'creatieve economie' op de mondiale economische en ontwikkelingsagenda en publiceert jaarlijks de Creative Economy Outlook¹³. Ook de British Council draagt internationaal bij aan de promotie van deze visie op cultuur en economie. De accelerator en impact investeerder Upstart Co-Lab bekijkt haar investeringen eveneens vanuit de invalshoek van de "creatieve economie."¹⁴

Vanuit het perspectief van “Culture as Public Good” wordt de culturele en creatieve sector, in tegenstelling tot de “creative economy”, juist onderscheiden van sectoren die economisch van aard zijn zoals industrie en dienstverlening. Het accent ligt op zowel de artistieke, culturele waarden en maatschappelijke en soms politieke bewegredenen van de sector.

In zijn recent verschenen boek *“Culture is not an Industry, Reclaiming art and culture for the common good”* (2024) pleit Justin O’Connor ervoor cultuur niet slechts te benaderen vanuit een economische ratio.¹⁵ Door te spreken over “de creatieve economie” wordt volgens hem cultuur slecht bekeken als een marktproduct, met als gevolg dat de manier waarop cultuur kan bijdragen aan sociale en politieke verbeelding verdrongen wordt. Volgens O’Connor dient kunst en cultuur een essentieel onderdeel van democratie te zijn: een plek waar vrijuit over ideeën kan worden nagedacht en een voedingsbodem is voor radicale verandering. O’Connor: “We need to reassert public value over private profit, and to return culture to the public realm rather than leave it to market citizenship.”¹⁶

In tegenstelling tot de “creative economy” ligt het accent hier dus meer op het “eigene” van de sector, zoals het belang van een bloeiend cultureel leven in een maatschappij als doel op zich. Kunst en cultuur wordt gezien als een “publiek goed” dat positieve effecten heeft op de samenleving en om die reden is ondersteuning van de overheid rechtvaardigt. De opvatting is dat een deel van het culturele aanbod zonder tussenkomst van de overheid niet tot stand zal komen, bijvoorbeeld omdat de markt te klein is om een kwalitatief hoogstaand aanbod levend te kunnen houden. Dit is vergelijkbaar met andere “common goods” zoals schone lucht en bijvoorbeeld defensie, waar marktmechanismen tekortschieten en de overheid moet inspringen om dit te financieren.

In 2022 kwamen 150 landen bijeen tijdens MONDIACULT, de grootste conferentie over cultuur wereldwijd en bevestigden cultuur als een "wereldwijd publiek goed"¹⁷. Ook in Nederland wordt dit perspectief gehanteerd door de Rijksoverheid ter rechtvaardiging voor het verstrekken van subsidies in het landelijke subsidiestelsel (ook wel "BIS" genoemd). De Rijksoverheid vindt het daarbij belangrijk dat het cultuuraanbod voor zoveel mogelijk mensen in Nederland toegankelijk is.¹⁸

In tegenstelling tot de sociaal-economische "baten" zoals economische groei en sociale cohesie, die centraal staan in de redenering van de "creatieve economie", wordt vanuit dit perspectief in cultuur geïnvesteerd om de "maatschappelijke verandering" die het teweeg kan brengen in de publieke ruimte/ het maatschappelijk middenveld. Cultuur is hierbij verbonden aan termen als: vrijheid van expressie, verbeelding, kritisch geluid, dialoog en democratie.

"The notion of common goods refers to goods, facilities or resources that benefit the entire community or society as a whole rather than specific individuals or groups within that society."

IFACCA Culture as Common Good

Verschillende fondsen en financiers leggen de nadruk op het belang van cultuur in de "publieke ruimte" en de rol van cultuur als motor voor maatschappelijke verandering. Zo ondersteunt het Prins Claus Fonds voor Cultuur en Ontwikkeling kunstenaars en culturele organisaties in landen waar culturele expressie onder druk staat. De in Nederland gevestigde European Cultural Foundation ondersteunt kunstenaars en culturele pioniers om dat zij complexe problemen aankaarten op manieren die het politieke debat overstijgen. Ze gelooft in de kracht van cultuur om te verbinden, ruimte te bieden voor ontmoeting en ontdekking, om zo de Europese publieke ruimte te bevorderen. Stichting DOEN finanziert kunst- en cultuurprojecten die radicale verbeelding inzetten om te laten zien dat een andere wereld mogelijk is en die werken aan het creëren van en het ruimte geven aan een veelheid aan perspectieven.

1.3.3 Het perspectief van de “Social and Solidarity Economy”

Er kan ook worden gekeken naar de rol van de culturele en creatieve sector vanuit de Social and Solidarity Economy (SSE). Dit perspectief op de culturele en creatieve sector benadrukt de belangrijke rol van de sector bij het vormgeven van alternatieve manieren van samenleven, werken en het vormgeven van een “nieuwe economie”.

De nadruk ligt op initiatieven die zich richten op horizontale, gelijkwaardige, collectieve en meer inclusieve samenwerkingsvormen, op culturele coöperaties, kunstenaarscollectieven, bewonersinitiatieven. Voorbeelden zijn culturele vrijhavens die verzet bieden tegen de verdere privatisering en gentrificatie van de stad. Of coöperatieve ambachtelijke werkplaatsen, gedeelde ateliers of muziekstudio's en kunst collectieven die zichzelf op een democratische manier organiseren. Een voorbeeld hiervan zijn organisaties die “collectief eigenaarschap” van culturele panden promoten.

Daarnaast is er de "Open Movement," een wereldwijde beweging die draait om het vrij delen van creativiteit, cultuur en kennis. Deze beweging omvat initiatieven zoals Creative Commons, open source-software, Copyleft, platform co-ops, online community radio en streaming, en remix-cultuur. Het gaat hier om toegang tot kunst en cultuur toegankelijker, inclusiever en flexibeler te maken en hergebruik aan te moedigen. Ze onderstrept het belang van collectieve creativiteit, verbeelding en kennisuitwisseling, en streeft ernaar barrières weg te nemen die vaak in traditionele copyright en “ownership” systemen aanwezig zijn.

“The Social Solidarity Economy is an alternative to capitalism and other authoritarian, state-dominated economic systems. In SSE ordinary people play an active role in shaping all of the dimensions of human life: economic, social, cultural, political, and environmental. SSE exists in all sectors of the economy production, finance, distribution, exchange, consumption and governance. It also aims to transform the social and economic system that includes public, private and third sectors. SSE is not only about the poor, but strives to overcome inequalities, which includes all classes of society. SSE has the ability to take the best practices that exist in our present system (such as efficiency, use of technology and knowledge) and transform them to serve the welfare of the community based on different values and goals.

(...) SSE seeks systemic transformation that goes beyond superficial change in which the root oppressive structures and fundamental issues remain intact.”

RIPESS (<https://www.rippers.org/>)

Er zijn ook voorbeelden van horizontale en coöperatief georganiseerde fondsen die aantonen dat gezamenlijke investeringen mogelijk zijn door middel van democratische, inclusieve besluitvorming over investeringen. Deze initiatieven lijken op kredietunies (coöperatieve banken die in handen zijn van hun leden) die culturele ondernemers toegang geven tot betaalbare financiering op basis van gemeenschappelijke besluitvorming. Een voorbeeld hiervan is het Boston Ujima Project, een democratisch, door leden beheerd venture capital fonds in Boston, met als missie om rijkdom terug te geven aan gemeenschappen van kleur.

Het Ujima Fund verstrekkt leningen en participeert in lokale culturele en buurtgebonden creatieve bedrijfjes. Het Ujima Fund heeft inmiddels \$4,5 miljoen aan kapitaal opgehaald voor haar investeringsfonds.¹⁹ Het initiatief hanteert een “participatief investeringsproces” waarbij leden initiatieven kunnen voordragen waarvan zij denken dat deze een positieve impact zullen hebben op de gemeenschap. Deze voordrachten worden doorgaans verzameld tijdens buurtbijeenkomsten, waar honderden bewoners, lokale creatieve bedrijven en kunstenaars samenkommen. Financiële specialisten uit de gemeenschappen voeren de due diligence uit en doen aanbevelingen aan de gemeenschap voordat de investeringen ter stemming worden gebracht. Het model van Boston Ujima doet denken aan de manier hoe kredietunies te werk gaan.

Deze investeringsvormen worden ook wel omschreven als “non-extractive” financiering²⁰. Dit houdt in dat de financiering zo is vormgegeven dat het rendement voor de kredietverstreker nooit hoger is dan de waarde die de kredietnemer met het geleende kapitaal heeft gecreëerd. Dit kan bijvoorbeeld worden gerealiseerd door middel van lage rente, aflossingsvrije periodes of kwijtscheldbare rente. Terugbetaling-schema's kunnen zodanig worden opgesteld dat er pas rente- of aflossing plaatsvindt wanneer het project voldoende inkomsten genereert om de kosten te dekken. Ook kan er worden besloten dat een rentepercentage pas in rekening wordt gebracht zodra het project daadwerkelijk winstgevend is. In zo'n model kan de winst die een initiatief oplevert, terugvloeien in een revolverend fonds, zodat dit succes kan worden doorgegeven aan een volgende culturele plek die financiering nodig heeft.

In Nederland zijn er ook diverse fondsen die zich inzetten voor de ontwikkeling van een nieuwe sociale en solidaire economie. Voorbeelden zijn het Fonds Burgerbewegingen, het Stadmakers Fonds en Fonds Kwadraat, dat niet-extractieve leningen verstrekkt aan kunstenaars. Stichting DOEN speelt een voortrekkersrol in dit veld, onder andere via het Arts Collaboratory netwerk en het Postcode Loterij Buurtfonds, dat bewonersinitiatieven ondersteunt. Op haar website benadrukt Stichting DOEN haar focus op “social practice” (kunstenaars die gemeenschappen en individuen betrekken in hun artistieke proces), en op culturele initiatieven die streven naar horizontale, gelijkwaardige en inclusieve samenwerkingsvormen.

In tegenstelling tot de “creative economy-perspectief” dat spreekt over sociaal-economische “baten” hebben we het hier over een “systeemtransitie” van de huidige extractieve economie naar een alternatieve, waardegedreven “nieuwe economie”. Kortom, we hebben het nu niet alleen over “social change” maar over “systemic change”

1.4. Impact en waarde van de Culturele en Creatieve Sector

Wat is de impact van de culturele en creatieve sector? Daarover is de afgelopen jaren veel gesproken en gediscussieerd. En er is ook het nodige onderzoek naar gedaan.²¹ In het onderzoek wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen de maatschappelijke en ecologische impact en de "eigenstandige waarde" van de sector.

De impact richt zich op de externe maatschappelijke effecten van de sector, terwijl de eigen waarde wordt uitgedrukt in begrippen als verbeelding, inspiratie, beleving, bezinning en het bieden van nieuwe perspectieven. In het Verenigd Koninkrijk wordt soms ook de term "cultural value" of "culturele waarde" gebruikt om het onderscheid te maken met "sociaal-economische baten." Soms wordt ook gesproken over het verschil tussen de "intrinsic" en de "instrumental value" van de culturele en creatieve sector. In dit onderzoek hanteren we de termen "sociale en ecologische impact" versus "eigenstandige waarde".

1.4.1 De Impact van de culturele en creatieve sector

De afgelopen jaren is er een toenemende aandacht voor de rol van de culturele en creatieve sector om veranderingen teweeg te brengen of te versnellen op het gebied van economie, maatschappij en milieu.

In deze context kunnen we spreken van verschillende "impact dimensies" van de sector op het gebied van de gezondheidszorg, onderwijs, klimaat, of diversiteit en inclusie. Voor de beoordeling van de Impact wordt vaak gekeken naar de bijdrage aan de Sustainable Development Goals (SDG's). De SDGs zijn zeventien doelstellingen om van de wereld een betere plek te maken in 2030. Ze zijn een mondial kompas voor uitdagingen als armoede, onderwijs en de klimaatcrisis.²²

Er zijn tal van voorbeelden die laten zien hoe de sector bijdraagt aan de SDGs. Zo zijn er theatergezelschappen die educatieve programma's aanbieden op scholen in achtergestelde wijken, en platenlabels die werken in gevangenissen. Er zijn interactie designers die tools ontwikkelen waarmee blinde en slechtziende mensen via een app op hun telefoon lichaamstaal kunnen registreren.²³ Er is een gamebedrijf dat speciale games heeft ontworpen voor chirurgen in opleiding om via een fascinerende spelwereld hun motorische vaardigheden te verbeteren.²⁴ En er is een film organisatie die werkt met statushouders met een achtergrond in de filmindustrie, om ze aan werk te helpen in de Nederlandse film- en televisie.²⁵

Er bestaan uiteenlopende visies op wat onder impact wordt verstaan binnen de culturele en creatieve sector. In dit onderzoek zullen we deze discussie buiten beschouwing laten en wij verwijzen naar de verschillende initiatieven in Nederland die de impact van de culturele sector onderzoeken, zoals de Impact Tiendaagse.²⁶

Meetbaarheid en aantoonbaarheid van impact

Er zijn verschillende opvattingen over de druk vanuit overheid en financiers om de maatschappelijke effecten van de culturele en creatieve sector meetbaar en aantoonbaar te maken.

Soms wordt betoogd dat het unieke karakter van de sector juist ligt in haar vermogen om zich te onttrekken aan het dominante nut- en rendementsdenken. Er is verzet tegen de groeiende nadruk op meten, sturen, beheersing en effectiviteit die steeds meer wordt gevraagd van culturele en creatieve organisaties. Zij stellen dat de sector een van de weinige domeinen is waar er ruimte voor onbepaaldheid wordt gekoesterd, in een wereld die steeds meer wordt gedomineerd door functionaliteit en nut. Kortom, de toegevoegde waarde sector reikt verder dan vastomlijnde impact-doelstellingen, maar eerder om ruimte te creëren waar het ondenkbare kan worden overwogen en het ongeplande als strategie kan worden toegepast.

Componist en muzikant Merlijn Twaalfhoven noemt dit het belang van “speelruimte” binnen de maatschappelijke vraagstukken.²⁷ Het gaat over speelbaarheid, voor niet-rendabele experimenten, voor artistiek onderzoek en het accepteren van falen. De ongedefinieerdheid en onmeetbaarheid van verbeelding is cruciaal in de sector en is een belangrijk verschil met “sociale ondernemingen” die efficiënt een vastomlijnde impact willen nastreven. Ook spreekt Merlijn Twaalfhoven over de onzekerheidsvaardigheid van kunstenaars. Als je de wereld bekijkt met de mindset van een kunstenaar wordt je onzekerheids-vaardig. Hij richtte zelfs een Academie voor Onzekerheidvaardigheid op.²⁸

Ook het WRR pleit voor grote terughoudendheid met het opleggen van vooraf gedefinieerde impact criteria die buiten het kunstzinnige en culturele liggen.²⁹ Het risico van het huidige marktdenken is dat het ertoe leidt, dat alles aan dezelfde criteria onderworpen wordt: “de meetbaarheid der dingen regeert”. In het artikel “Meten is Weten, Maar is dat Wel Zo” stelt DOEN voor dat bij impactevaluatie van sociale kunstpraktijken de nadruk beter kan liggen op de ervaringen van de deelnemers, in plaats van alles in cijfers te willen uitdrukken.³⁰

“Data is een bevestiging van wat er al is. Als je ergens anders naartoe wil heeft het geen zin om je alleen te concentreren op wat er al is. Wat je nodig hebt om te komen waar je nog niet bent geweest, is verbeelding; het domein van de culturele en creatieve sector”

Hans Stegeman, Chief Economist Triodos Bank

1.4.2 De “eigenstandige waarde” van de culturele en creatieve sector

Naast de maatschappelijke en economische baten van de culturele en creatieve sector, is er sprake van een eigenstandige waarde van kunst en cultuur. Het feit dat culturele ondernemingen bijdragen aan een bloeiend cultureel leven is een op zichzelf staande relevantie in de samenleving. Deze “eigen waarde” wordt vaak door de sector zelf benadrukt als haar de drijvende kracht en waarmee zij zich onderscheidt van andere sectoren. Immers, een winkelcentrum heeft ook economische waarde voor de omgeving, een tech-incubator produceert ook innovatie en een medische startup creëert ook maatschappelijk welzijn.

De eigenstandige waarden van de culturele en creatieve zijn verbonden met 1) culturele meerwaarde en 2) artistieke strategieën en 3) de culturele commons/ het cultuur gemeen. Als we kijken naar de culturele of artistieke meerwaarde, gaat het om de relevantie en noodzaak van een onderneming binnen de culturele context waarin ze opereert. Hierbij worden criteria als *oorspronkelijkheid* en *vakmanschap* in ogenschouw genomen. Met oorspronkelijkheid wordt de mate waarin iemand zelf iets bedacht heeft bedoeld. Met vakmanschap kan bijvoorbeeld worden gekeken naar erkenning door peers. Deze aspecten zijn niet eenvoudig te beoordelen, maar vormen een belangrijke basis voor het potentiële succes en de groei van het culturele initiatief.

Denk bijvoorbeeld aan het cruciale belang van de juiste esthetische en narratieve keuzes binnen een videogame voor het uiteindelijke commerciële succes van het bedrijf. Het bepalen van culturele meerwaarde zal bij voorkeur worden gedaan door mensen uit de vakdiscipline waarbinnen de onderneming opereert. Beoordeling op grond van oorspronkelijkheid, zeggingskracht en vakmanschap van een videogame kan bijvoorbeeld het beste worden gedaan door mensen met grondige kennis van de game-sector zelf. Zij kunnen het beste een beoordeling maken van een game door deze te verhouden tot vergelijkbare games en bepalen in hoeverre de artistieke visie en stijl trendsettend is binnen de context van de game-sector.

De artistiek-inhoudelijke beoordeling van een initiatief kan onbewust sterk beïnvloed zijn door subjectieve normen en vaak gebaseerd op vooroordelen en stereotypen. Bijvoorbeeld meningen en opvattingen over artistieke innovatie zijn geladen door ieders culturele referentiekader. Bewust worden van onbewuste vooroordelen is essentieel bij het zicht krijgen op de blinde vlekken in het beoordelen van artistieke meerwaarde. Het is daarom van belang dat diversiteit en inclusie een intrinsiek onderdeel zijn van de artistiek-inhoudelijke beoordeling en niet worden gezien als een aparte categorie die hier los van staat. Het is daarom essentieel dat sleutelfiguren vanuit de omgeving of achterban van een culturele onderneming worden betrokken. Uit onderzoek is gebleken dat een gebrek aan representatie binnen fondsen en selectiecommissies heeft geleid tot een gebrek aan financiële ondersteuning van biculturele Nederlanders en de marginalisatie van bepaalde vormen van artistieke expressie.

De "eigenstandige waarde" van kunst en cultuur zijn daarnaast verbonden met verbeelding, beleving en de emotionele of mentale verbinding met een toeschouwer. Het gaat daarbij over de manier waarop een cultureel project 'binnenkomt', de verbeelding prikkelt en een ervaring veroorzaakt. Kunst en cultuur hebben het vermogen om voortdurend nieuwe perspectieven te creëren, of nieuwe manieren om iets te benaderen, waar te nemen of geraakt te worden. Artistieke strategieën kunnen worden ingezet, zoals belichamen, raken, uitdrukken, verbeelden, inspireren, zorgen, co-creëren, versterken en ondermijnen. Meer over creatieve strategieën en manieren om deze te evalueren is te vinden in *The Creatures Framework*³¹.

De intrinsieke en unieke waarde heeft ook betrekking op het culturele gemeen (de culturele commons), die kan worden gedefinieerd als de maatschappelijke culturele ruimte tussen de overheid en de marktcultuur. Het is een ruimte voor collectieve praktijken die door burgers worden ondernomen met de nadruk op samenwerking, collectief eigenaarschap en verzet tegen commodificatie. Het omvat zowel artistieke als sociale praktijken waarin bronnen en middelen – zoals inkomsten, kennis, of werkruimten – gezamenlijk worden beheerd. Meer over de "culturele commons" is te vinden in het werk van Pascal Gielen, zoals in zijn boek *Trust, Building on Cultural Commons* (2024).

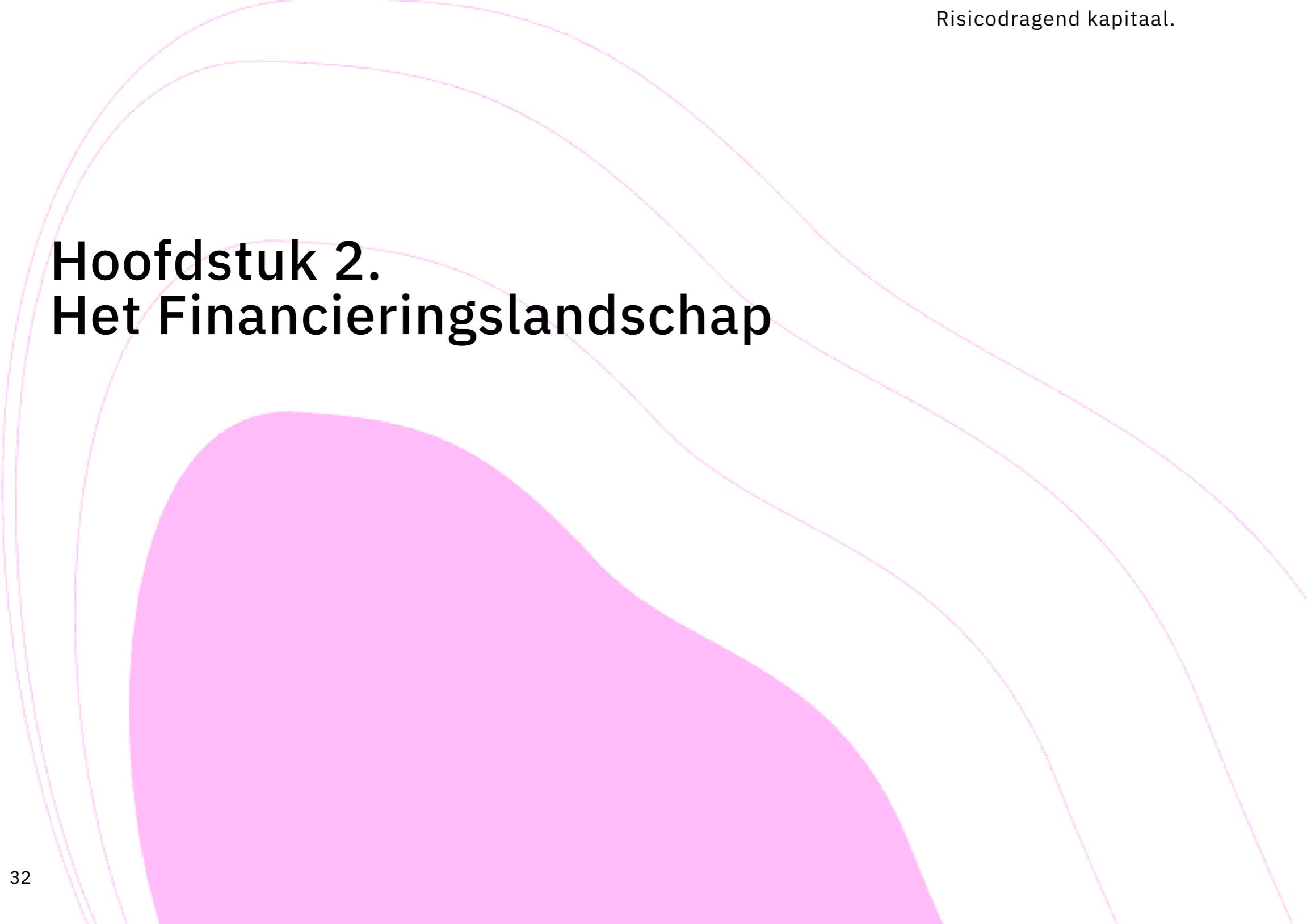
Daarnaast is verbeelding niet alleen iets individueels, maar ook een collectief proces. Kunst en cultuur brengen mensen samen, creëren gedeelde ervaringen en identiteiten, vergroten de publieke ruimte en bevorderen dialoog. De Verenigde Naties benadrukt bijvoorbeeld de specifieke aard van culturele activiteiten, goederen en diensten als gemeenschappelijke middelen en dragers van identiteiten, waarden en betekenissen en het belang van culturele uitwisselingen voor dialoog en wederzijds respect³².

"Does creativity mean to constantly produce something new? Or does it mean to produce constantly new perspectives, or new ways of approaching or perceiving or being affected by a work of art or by a creative product?"

Florian Schneider, Professor Artistic Entrepreneurship NTNU

Eindnoten

1. New Silk Roads
<https://www.newsilkroads.com>
2. <https://www.impacteurope.net/impact-glossary>
3. <https://fd.nl/financiele-markten/1534937/markt-impactbeleggingen-groeit-naar-1571-mrd-ondanks-anti-esg-sentiment>
4. <https://www.norrskensvc.com/post/second-fund>
5. <https://participaties.doen.nl/over-ons>
6. https://mediaperspectives.nl/app/uploads/2024/01/Monitor_2023_DIG.pdf
7. https://mediaperspectives.nl/app/uploads/2024/01/Monitor_2023_DIG.pdf
8. Ibidem
9. Ibidem
10. https://www.researchgate.net/publication/247822555_The_Creative_Economy_How_People_Make_Money_from_Ideas
11. <https://washingtonmonthly.com/2002/05/01/the-rise-of-the-creative-class/>
12. <https://www.wrr.nl/publicaties/verkenningen/2015/03/05/cultuurherwaarderen> p.24
13. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>
14. <https://upstartco-lab.org/what-is-the-creative-economy/>
15. <https://manchesteruniversitypress.co.uk/9781526171269/>
16. *Culture is not an industry: Reclaiming art and culture for the common good* (2024) p. 185 - 186
17. <https://www.unesco.org/en/articles/mondiacult-2022-culture-global-public-good-human-centered-agenda-cultural-policies>
18. <https://www.cultuursubsidie.nl/over-het-cultuurstelsel>
19. <https://www.ujimaboston.com/>
20. <https://seedcommons.org/projects/non-extractive-finance>
21. <https://www.wrr.nl/publicaties/verkenningen/2015/03/05/cultuurherwaarderen>
22. <https://www.sdg Nederland.nl/de-17-sdgs/>
23. <https://www.simondogger.nl/>
24. <https://grendelgames.com/nl/games-mogelijk-effectief-voor-chirurgische-training/>
25. <https://www.buddyfilmfoundation.com/>
26. <https://impact10daagse.nl/.https://pure.eur.nl/en/publications/assessing-the-social-impact-of-organizations-in-the-cultural-and-arts-sectors>
27. https://www.brabantc.nl/wp-content/uploads/2022/06/Fanzine5_Tussenruimte_BrabantC.pdf
28. <https://turnclub.net/project/6752/academie-voor-onzekerheidsvaardigheid#:~:text=Kunstenares%20cultuurmakers%20en%20creatieve%20ondernemers,zij%20lessen%20onzekerheidsvaardigheid%20aan%20scholieren.>
29. <https://www.wrr.nl/publicaties/verkenningen/2015/03/05/cultuurherwaarderen>
30. <https://www.doen.nl/nieuws/meten-is-weten-maar-is-dat-wel-zo>
31. <https://creaturesframework.org/research/9-dimensions.html>
32. <https://www.unesco.nl/nl/dossier/diversiteit-van-cultuuruitingen#:~:text=Het%20Unesco%20verdrag%20over%20de,van%20cultuurele%20goederen%20en%20diensten.>



Het financieringslandschap voor de culturele en creatieve sector in Nederland is divers en biedt verschillende mogelijkheden voor de uiteenlopende financieringsbehoeften van de verschillende actoren die de sector rijk is. Een groot museum heeft uiteraard een andere financieringsbehoefte dan een game ontwikkelaar, en een glasblazerij van een broedplaats.

Het financieringslandschap in Nederland bestaat grofweg uit 4 categorieën: Overheidssubsidies, Private Fondsen, Leningen en Risicodragend kapitaal.

Hoofdstuk 2. Het Financieringslandschap

2.1. Overheid-subsidies

De overheid is nog steeds de voornaamste financier van de culturele en creatieve sector in Nederland. Het totale jaarlijkse bedrag voor de culturele basisinfrastructuur (incl. fondsen) voor de subsidieperiode 2025-2028 bedraagt € 497,22 miljoen.³³ Het landelijke culturele subsidiestelsel heet de *culturele basisinfrastructuur* (BIS) en is een vierjarig subsidie aan organisaties in de culturele en creatieve sector voor de duur van vier jaar. De Raad voor Cultuur adviseert over de toekenning van deze subsidies. Meestal komen alleen gevestigde culturele organisaties voor deze subsidies in aanmerking. Naast de BIS zijn er zes rijkscultuurfondsen.

Ook in Nederland is veel aandacht voor de maatschappelijke en economische impact van de sector. In de meerjaren brief “De kracht van creativiteit (2023 - 2027)” van voormalig staatssecretaris Uslu, wordt bijvoorbeeld benadrukt dat cultuur kan bijdragen aan de maatschappelijke opgaven waar we voor staan. Zo schrijft Uslu: “We hebben kunstenaars, ontwerpers en andere creatieve professionals nodig om de complexe transities aan te pakken. Zij hebben de instrumenten in handen om met de veranderingen om te gaan en kunnen nieuwe toekomsten verkennen en verbeelden.”³⁴

Een interessante ontwikkeling is dat onlangs het Creative Industries Immersive Impact Coalition (CIIIC) is goedgekeurd door het Nationaal Groefonds. (102,3 miljoen euro voor de eerste fase van drie jaar) Het CIIIC is een coalitie van 120 deelnemers afkomstig uit de creatieve sector, kennisinstellingen, onderwijs, industrie, evenementen, media en cultuur met de missie om de ontwikkeling van immersive experiences (IX) in Nederland te stimuleren. “Bij IX kun je denken aan het gebruik van virtual reality om historische gebeurtenissen te herbeleven, een virtueel concert in je woonkamer bij te wonen, educatie en training in de gezondheidszorg en het onderwijs.” Een cruciaal element is daarbij de aandacht voor publieke belangen en de rol van de culturele en creatieve sector bij de grote transitie opgaven.³⁵

Daarnaast kent het Nederlandse missiegedreven innovatiebeleid een belangrijke rol toe aan de culturele en creatieve sector om de grote transities te versnellen. Vanaf 2023 richt het innovatiebeleid zich op vijf doelen op het gebied van de Energietransitie, Circulaire Economie, Gezondheid & Zorg, Landbouw, Water en Voedsel en Veiligheid met een jaarlijkse inzet van €4,9 miljard.³⁶ Volgens de rijksoverheid zijn deze maatschappelijke uitdagingen zo groot en complex, dat ze meerdere vakgebieden bestrijken en daarmee om cross-sectorale samenwerking vragen. De rijksoverheid heeft de culturele en creatieve sector daarom aangemerkt als een topsector, een onmisbare schakel in de aanpak van deze maatschappelijke uitdagingen. Complexe, landelijke problemen vragen om technologische, sociale én culturele uitkomsten. De culturele en creatieve sector kan -met haar creatieve vermogen, verbeelding en ontwerpkracht- een essentiële bijdrage leveren.³⁷

Vanuit de EU zijn er ook tal van subsidie en innovatie regelingen voor de culturele en creatieve sector zoals Creative Europe, Digital Europe, Horizon Europe (inclusief het S+T+ARTS programma) en specifieke programma's zoals De Nieuwe Europese Bauhaus. Daarnaast heeft de “European Institute of Innovation & Technology” (EIT) onlangs een nieuwe Knowledge and Innovation Community (KIC) opgezet voor de culturele en creatieve sector. Het doel van deze “Culture and Creativity KIC” is om innovatie in de sector te bevorderen om zo bij te dragen aan de groene, sociale en digitale transitie in Europa. Hiervoor stelt het European Institute of Innovation & Technology (EIT) in totaal voor de komende 6 jaar 150 miljoen euro beschikbaar.³⁸

2.2. Private Fondsen

Uit jaarverslagen van particuliere fondsen blijkt dat de omvang van hun financiering voor cultuur in totaal 283 miljoen euro bedroeg in 2022³⁹. Drie van de grootste financiers zijn de VriendenLoterij (71 miljoen), het Cultuurfonds (40 miljoen), en het VSB fonds (12 miljoen). Andere bekende fondsen zijn het Fonds21 (dat voortkomt uit het SNS REAAL Fonds), Amodo, Droom en Daad en het Gieskes Strijbis Fonds.

Het Cultuurfonds (voorheen Prins Bernhard Cultuurfonds) biedt sinds 1987 een Fonds op Naam - constructie als een speciale voorziening voor omvangrijke schenkingen en nalatenschappen. Particulieren kregen de mogelijkheid onder de paraplu van het Cultuurfonds een eigen fonds op te zetten met een zelfgekozen doelstelling en het Cultuurfonds draagt vervolgens bij aan het beheer, waaronder de behandeling van de aanvragen. In totaal beheert het fonds bijna vijfhonderd fondsen op naam, variërend van 50.000 euro tot enkele miljoenen. Het aantal fondsen op naam is de afgelopen 10 jaar verdubbeld en hun cumulatieve vermogen groeide van ruim 100 miljoen naar ruim 200 miljoen. Deze geef-constructie is daarmee steeds belangrijker geworden⁴⁰.

2.3. Leningen

In Nederland zijn er een aantal leenfaciliteiten voor de culturele en creatieve sector. Leningen stellen de sector in staat om uitgaven te doen voor projecten die vrijwel of geheel zeker inkomsten gaan opleveren, zoals de aanschaf van een pand, een verbouwing of voor apparatuur. Daarnaast worden leningen aangeboden voor voorfinanciering (ook wel ‘overbruggingskrediet’ genoemd), om een kort liquiditeitsprobleem op te lossen, bijvoorbeeld als er pas betaald wordt nadat een film draait of een festival loopt of omdat een subsidiefonds later uitbetaald.

Banken verschaffen eigenlijk maar beperkt krediet aan de sector omdat culturele instellingen en bedrijven zelden voldoen aan de eisen die banken stellen. Ook is er te weinig rendement perspectief voor een marktconforme rentemarge, zijn de initiatieven vaak te kleinschalig en is er een moeilijk in te schatten risico. Banken kijken bij het verstrekken van leningen eigenlijk altijd naar de meerjarenprognose van een onderneming om te bepalen of jaarlijks op tijd rente en aflossing betaald kunnen worden⁴¹.

De Triodos Bank is van oudsher de bank in Nederland die zich heeft gespecialiseerd in de culturele en creatieve sector. De bank had in het verleden zelfs een specifiek cultuurfonds dat langdurige leningen verschafte aan de sector, gebruikmakend van twee fiscale voordelen: cultureel beleggen en de giftenaftrek. Als gevolg van het stoppen van de cultureel-beleggen regeling is het fonds inmiddels gestopt. Momenteel verstrekt Triodos nog leningen aan de sector met een focus op culturele gebouwen in Nederland en filmindustrie in o.a. Spanje en België. Triodos Bank maakt gebruik van de garantiefaciliteit voor de culturele en creatieve sector van de Europese Unie (CCS GF) door het EIF.

De organisatie Cultuur+Ondernemen biedt op het moment de belangrijkste leenfaciliteit voor de culturele en creatieve sector aan in Nederland. De “cultuurlening-faciliteit” biedt startkapitaal voor culturele ondernemingen om een nieuwe productlijn op te zetten, als overbruggingskrediet, of voor de aanschaf van een nieuw instrument of filmapparatuur of een verbouwing van een atelier of werkruimte. Cultuur+Ondernemen biedt tussen de 50-60 kredieten per jaar, met name aan film- en theaterproducenten. De cultuurleningen bedragen minimaal €5.000 en maximaal €500.000 euro.

In het buitenland zijn er ook diverse leenfaciliteiten voor de culturele en creatieve sector. Nesta heeft bijvoorbeeld sinds 2015 drie impact investeringsfondsen beheerd – het Arts & Culture Impact Fund, het Arts Impact Fund, en het Cultural Impact Development Fund. Deze fondsen bieden leningen aan sociaal gedreven kunst-, cultuur- en erfgoedorganisaties in het Verenigd Koninkrijk op een vergelijkbare manier als Cultuur en Ondernemen in Nederland. Inmiddels zijn het team van Nesta Arts & Culture Finance en de organisatie New Philanthropy for Arts & Culture gefuseerd als Figurative.⁴²

Andere fondsen die werken met leningen in Nederland zijn het Blockbusterfonds dat leningen en garanties verschafft voor tentoonstellingen, voorstellingen en festivals. Door de garantie of lening kan een museum of presentatie plek extra investeren in de marketing van een tentoonstelling of voorstelling. Daarmee kunnen dan extra bezoekers worden aange trokken, waarmee extra inkomsten kunnen worden gegenereerd, waarvan ook de lening kan worden terugbetaald. Het Fonds Kwadraat financiert kunstenaars, muzikanten, fotografen en ontwerpers met rentevrije leningen tot € 8.000 voor het ontwikkelen, maken en presenteren van nieuw werk. De lening kan worden gebruikt voor de productie van een tentoonstelling, een publicatie, maar ook voor de aanschaf van apparatuur of gereedschap zoals een laptop of camera, materiaalonderzoek, het maken van prototypes of de deelname aan een artist-in-residency.

Tot slot is er Brabant C, een nieuw cultuurfonds van de provincie Noord-Brabant van 25 miljoen euro gericht op cultuur en impact in Brabant. In tegenstelling tot veel andere fondsen in Nederland verstrekt het fonds naast subsidie ook leningen. Daarnaast is het een samenwerking aangegaan met ASML. Samen met het bedrijf gaat het de komende twee jaar ongeveer 2 miljoen euro investeren in culturele projecten in de regio Brainport in de vorm van subsidie en leningen. Brabant C richt zich hoofdzakelijk op grote producties, podiumkunsten/films en cultureel vastgoed.

2.4. Risicodragend kapitaal

In het bedrijfsleven wordt het eigen vermogen vaak versterkt door het uitgeven van aandelen. Het werken met aandeelhouders is echter ongebruikelijk in de culturele en creatieve sector. Er zijn daarom ook maar weinig venture capital fondsen die aandelen nemen in bedrijven in de culturele en creatieve sector. De bestaande venture fondsen hebben vaak een focus op de duurzame mode sector of op digitale platforms en apps en “immersive” en digitale kunst ervaringen.

Een voorbeeld is VP Capital, de investeringsmaatschappij van de Belgisch-Nederlandse familie Van Puijenbroek. De familie startte in 1865 met een eigen textielbedrijf. Inmiddels heeft VP Capital circa 400 directe en indirecte investeringen in verschillende bedrijven, waaronder in de maakindustrie. Daarnaast is er het Good Fashion Fund, opgericht door Laudes Foundation (voormalig C&A Foundation) dat zich richt op innovatieve oplossingen in de textiel- en kledingindustrie en specifiek op de transformatie van de textielketen in Vietnam en Bangladesh. Het Britse PDS Ventures investeert in duurzame en circulaire mode-ondernemers en het Amerikaanse Closed Loop Partners richt zich richt op nieuwe productietechnologieën, materiaalonderzoek, geavanceerde recycling technologieën, maar ook IoT- en blockchain oplossingen om de levenscyclus van materialen te volgen en de mode-industrie te transformeren.

Andere voorbeelden zijn New Renaissance Ventures uit Oostenrijk, dat investeert in startups op het gebied van nieuwe media en cultuur met een sterke technologische component. Er is PDS Capital, een modegericht fonds dat zich inzet voor een duurzame waardeketen binnen de mode-industrie. Er is het Next Narrative Africa Fund van HEVA fund dat \$30 miljoen in aandelen investeert in Afrikaanse televisie- en filmprojecten met een impact op maatschappij en milieu.⁴³ Creative UK heeft een aandelenportfolio met diverse digitale en creatieve startups, en ST'ART, een Belgische investeringsmaatschappij, biedt leningen en aandelenfinanciering aan culturele en creatieve bedrijven die gevestigd zijn in Wallonië of Brussel. ST'ART heeft momenteel een portfolio van 72 bedrijven voor een totaal van 37 miljoen euro.

In de Verenigde Staten is er ten slotte Upstart Co-lab pionier op het gebied van impact investeren in de creative economy. Upstart Co-Lab is een initiatief van Rockefeller Philanthropy Advisors, met steun van prominente fondsen zoals de Ford Foundation, Heron Foundation, Andrew S. Mellon Foundation, de Rockefeller Foundation en Surdna Foundation. Onlangs heeft Upstart 15 miljoen dollar opgehaald voor een nieuw fonds dat participeert in creatieve ventures.⁴⁴

Eindnoten

33.
34.
35.
36.
37.
38.
39.
40.
41.
42.
43.
44.

Voor de afbakening van de verschillende focusgebieden waar een potentieel impact investeringsfonds zich op kan richten, kijken we naar 3 criteria:

1. Een Transformatieve impact (IMPACT)
2. Een Culturele waarde (CULTURE)
3. Een Solide verdienmodel (PROFIT)

Hoofdstuk 3. Potentiële Focusgebieden

Criteria 1: Een Transformatieve Impact

Het eerste criterium is dat we bepalen of een initiatief bijdraagt aan het versnellen van minimaal een van de vier systeemtransities, zoals die zijn omschreven in het strategisch kompas van Stichting DOEN. Deze transities zijn namelijk ook leidend voor de investeringen die via DOEN participaties BV worden gedaan in ondernemingen of andere investeringsfondsen.

1. De transitie van een lineaire naar een circulaire economie. Met een nadruk op een economie gericht op het herstellen van natuurlijke systemen en op producten die zodanig worden ontworpen dat grondstoffen opnieuw kunnen worden gebruikt.
2. De transitie van groeiende ongelijkheid naar een wereld waar iedereen meedoet en meetelt. Met een nadruk op kwetsbare groepen en diversiteit en inclusie.
3. De transitie naar een samenleving die het gemeenschappelijke (commons) vooropstelt. Met een nadruk op burgercollectieven, bewoners coöperaties en initiatieven die met alternatieve eigendomsmodellen werken.
4. De transitie naar een samenleving waar ruimte is voor radicale verbeelding. Met een nadrukkelijke focus op sociale kunstpraktijken en verbeelding als collectief proces.

Criteria 2: De eigenstandige culturele waarde

Het tweede criterium voor afbakening van de sectoren is dat we kijken naar de eerder beschreven eigenstandige culturele en artistieke waarde die een initiatief vervult. We kijken hiervoor naar 1) het culturele gemeen (de culturele commons) 2) de culturele meerwaarde van een organisatie en 2) de artistieke strategieën die worden gebruikt

Men kan kijken naar hoe een initiatief het culturele gemeen vergroot. Dit gemeen wordt gedefinieerd als de maatschappelijke culturele ruimte tussen staat en markt. Er kan worden gekeken naar de culturele meerwaarde van een initiatief door te bepalen wat de relevantie en noodzaak van een initiatief binnen de culturele en creatieve context is waarin zij opereert. Hier kan worden gekeken naar aspecten zoals oorspronkelijkheid, zeggingskracht en vakmanschap. Tot slot kunnen we kijken naar de artistieke strategieën die worden gehanteerd. Er kan worden gekeken naar de artistieke strategieën die nieuwe perspectieven creëren en nieuwe vormen van “raken” op individueel en collectief niveau).

Er kan ook worden gekeken naar artistieke innovatie, bijvoorbeeld door nieuwe ontdekkingen in artistiek onderzoek of door te kijken hoe een initiatief nieuwe verbindingen legt en ongebruikelijke samenwerkingen aangaat tussen verschillende disciplines.

Criteria 3: Een solide verdienmodel

Een derde criterium voor afbakening is Impact Investment is dat er sprake is van een solide verdienmodel. Dit betekent dat een organisatie in staat is om duurzaam en zelfstandig inkomsten te genereren, hetgeen essentieel is voor de lange termijn overleving en groei van een bedrijf.

Een verdienmodel kan bestaan uit een of meerdere inkomstenbronnen zoals marges op de verkoop van producten of dienstverlening (uurtje factuurtje), ticketverkoop voor een festival, abonnementen, horeca exploitatie, sponsoring door een bedrijf of structurelegiften van een mecenas of vriendengroep. Een ander veelgebruikt model is de exploitatie van vastgoed.

Potentiële focusgebieden

De drie criteria (impact, culture, profit) hebben wij gekozen omdat naar ons idee een impact investeringsfonds gericht op de sector een combinatie van financiële, sociale en culturele doelen zou moeten nastreven. Een fonds dat zich bijvoorbeeld alleen zou richten op de maatschappelijke impact van de sector, zou de belangrijke eigenstandige waarde van de sector zelf, zoals ruimte voor “verbeelding” uit het oog verliezen. Deze culturele waarde is echter essentieel als onderscheidende factor tussen sociale ondernemers en culturele ondernemers.

Op basis van deze drie criteria kunnen we 6 potentiële focusgebieden afbakenen met elk hun eigen kenmerken en behoeften

1. Nieuwe Materialen en Ambachten
2. Ethische Mode
3. Social Design
4. Culturele Ruimte
5. Culturele Producties en Expressie
6. The Culture

We bespreken deze zes focusgebieden zodat duidelijk is wat de opvallende overeenkomsten en verschillen zijn tussen de groepen, welke concrete behoeften er zijn aan financiering en non-financial support.

3.1. Nieuwe Materialen en Ambachten

Traditionele ambachten zoals houtbewerking, keramiek, tapijt weven, spinnen en glasblazen staan onder druk. Niet alleen in Nederland, maar in heel Europa wordt het preserveren van de kennis en het bestaansrecht van ambachtslieden een steeds grotere uitdaging. Een potentieel impact fonds zou zich kunnen richten op ondernemingen van kunstenaars, ontwerpers en architecten die oude ambachten revitaliseren en tegelijkertijd nieuwe materialen en technieken ontwikkelen en testen en zo de transitie naar een circulaire economie versnellen.

In Nederland zijn er tal van voorbeelden van ontwerpers die werken op het snijvlak tussen traditionele ambachten, wetenschappelijk onderzoek en nieuwe productietechnieken en richten zich op het revitaliseren van ambachten als toekomstbestendige strategie voor materieel en immaterieel erfgoed.

We kunnen denken aan de praktijk van Christien Meindertsma, een van de toonaangevende Nederlandse ontwerpers van dit moment.⁴⁵ Sinds het begin van haar carrière zet ze zich in voor duurzame, lokaal geproduceerde producten, vaak gemaakt van vlas en wol. Ze doet onder andere baanbrekend artistiek onderzoek naar het machinaal 3D printen met wol met robots, zonder het gebruik van water. Een ander voorbeeld is Eric Klarenbeek die als eerste ter wereld een 3D printer voor levende schimmels (mycelium) ontwikkelde.⁴⁶ Zijn "Mycelium Chair" is opgenomen in de vaste collectie van het Centre Pompidou.

Pauline van Dongen is een Nederlandse ontwerper en onderzoeker gespecialiseerd in wearable technology.⁴⁷ Ze onderzoekt de relaties tussen mens en kleding en alternatieve ontwerp praktijken door de ontwikkeling van smart textiles. En het creatieve bedrijf Zeefier, ontwikkelt een duurzaam alternatief voor schadelijke synthetische verf in de textielindustrie, gebaseerd op de kleuren die zeewier produceert.⁴⁸ NEFFA (New Fashion Factory), heeft een innovatieve 3D-productietechnologie met mycelium ontwikkeld voor de verduurzaming van de mode- en interieurindustrie.⁴⁹ Recent haalde het bedrijf een investeringsronde op bij vier investeringsmaatschappijen waaronder DOEN Participaties.⁵⁰

Loop Living Cocoon van bio-designer en architect Bob Hendrikx, die de eerste levende doodskist van mycelium maakt.⁵¹ In 45 dagen wordt de kist weer één met de natuur. Loop Biotech heeft onlangs €2M in 2 weken opgehaald bij 1000 aandeelhouders via een crowd-equity platform. Daarnaast heeft het textiel Innovatiestudio BYBORRE onlangs €16,9 miljoen opgehaald in een serie B-financiering.⁵² Het bedrijf biedt een platform waar ontwerpers hun eigen textiel kunnen samenstellen op basis van duurzame grondstoffen en vervolgens deze textielen on-demand kunnen produceren via "digital knitting".

Wij denken dat er in Nederland, en met name in Europa, voldoende deal flow zal zijn van inverteerbare bedrijfjes die zich richten op ambachten, nieuwe materialen en duurzame productieprocessen en die de transitie naar een circulaire economie versnellen.

Financieringsbehoeften

Deze groep heeft een sterke behoefte aan zakelijke ondersteuning en connecties met de juiste mensen om een project naar een volgend niveau te brengen. Het is voor ontwerpers vaak lastig om zelfstandig een spin-off bedrijf op te richten vanuit hun praktijk. Daarom is er vooral behoefte aan strategische partners, de juiste connecties met commerciële partners en marketeers die kunnen helpen om de circulaire materialen duurzaam te vermarkten. Hierdoor kunnen de ontwerpers zich ook blijven richten op het creatieve werk en toeleggen op hun experimenteerdrift.

Het betrekken van commerciële team-members die de sector begrijpen zijn daarom cruciaal voor deze sector, bijvoorbeeld ook op het gebied van IP. Trajecten die verder gaan dan standaard “business model canvas” workshops of generieke incubator- en accelerator programma's met een focus op tech startups, en ervaringen hebben met werken met ontwerpers. Er is grote behoefte aan ondersteuning in het tot stand brengen van joint ventures met grote mode-bedrijven, de grootschalige maakindustrie, zonwering partijen of de bouwindustrie.

Een “venture-studio benadering” kan inspelen op de vraag van deze sector door begeleiding bij het bouwen van (joint-) ventures. In tegenstelling tot traditionele investeringsmodellen, waar een investeerder alleen kapitaal verschaft, neemt een venture studio een veel grotere rol op zich door samen met teams nieuwe bedrijven op te bouwen. Ze bieden niet alleen financiering, maar ook strategische en zakelijke begeleiding, operationele ondersteuning, team-building en toegang tot hun netwerk van resources zoals talent, technologie, en marktkennis. Een Venture Studio model zou dus een zakelijk ecosysteem kunnen bieden aan de groep ontwerpers. Impact investors kunnen een belangrijke rol spelen in het opzetten van een dergelijk model. Momenteel mist een dergelijke support infrastructuur in het ecosysteem.

Een dergelijke aanpak zou een oplossing kunnen bieden voor ontwerpstudio's door de kritieke fase heen te helpen van de experimentele voorfase van ontwerpend onderzoek, subsidies en projectmatig werk naar een solide commerciële spin-off die circulair materiaal duurzaam kan vermarkten. Blended-finance in de vorm van een combinatie van innovatie-subsidie voor R&D en startkapitaal in de vorm van risicodragend vermogen (venture capital) zou het beste passen bij de financieringsbehoeften van deze sector. Een dergelijke combinatie van subsidie met venture capital kan ook het gat tussen innovatie-subsidie en durfkapitaal verkleinen. Subsidiegeld blijft noodzakelijk voor ontwerpend onderzoek en een investering in combinatie met venture-building kunnen baanbrekende innovaties naar de volgende fase helpen.

3.2. Ethische Mode

De fashion industrie is een van de meest vervuilende industrieën ter wereld. Grote ‘fast fashion’ merken presenteren zich steeds vaker als duurzaam, maar het hele systeem waarin zij opereren is zeer vervuilend. “Ethical fashion startups” zoals duurzame kledingmerken proberen de schadelijke effecten te beperken, zoals de uitbuiting van arbeiders, milieuvervuiling en overproductie. Een potentieel impact fonds zou zich kunnen richten op circulaire ondernemingen in de mode-industrie. Het verschil met het focusgebied nieuwe materialen en ambachten is dat het hier sterker gaat om ondernemers met een relatie tot de consumentenmarkt zoals merken.

Stichting DOEN werkt al een aantal jaren aan de transitie naar een meer circulaire mode-sector en ondersteunt innovatieve bedrijfjes die werken met alternatieve productiemethoden, hergebruik van oud textiel en vernieuwende consumentenmerken. Enkele toonaangevende voorbeelden van startups die worden gesteund zijn, WEAR (sneaker-reiniging en refurbished sneakers)⁵³ Soft Revolt (3D geprinte bh's)⁵⁴, Loop.a Life (knitwear op basis van gerecycled wol)⁵⁵ en de New Optimist (circulaire & sociale mode)⁵⁶ en LENA The Fashion Library.⁵⁷ In 2022 deed Stichting DOEN een open call voor ethische modeondernemers, waarbij zij elk 50.000 euro konden ontvangen om hun bedrijf te laten groeien.

DOEN Participaties investeert ook al geruime tijd in ethische mode-startups. Een voorbeeld uit het portfolio is MUD Jeans, dat een spijkerbroek van 100% gerecyclede denim in de markt lanceerde.⁵⁸ DOEN Participaties investeerde daarnaast in de textielstudio Makers Unite om de productiecapaciteit te vergroten en meer bedrijven te voorzien van circulaire bedrijfskleding en merchandise.⁵⁹ Met de opbrengst leidt het bedrijf nieuwkomers op om zelfstandig hun geld te verdienen in de textielindustrie.

Wij denken dat deze sector goed aansluit bij de jarenlange ervaring van DOEN Participaties met het investeren in de transformatie van de mode- en textielindustrie. Wij verwachten dat het daarom eenvoudiger zal zijn voor DOEN Participaties om een goede pipeline van potentiële investeerbare ondernemingen op te bouwen. Daarnaast denken wij dat een nieuw fonds hierop kan bouwen door zich te richten op de “culturele dimensie” van ethical fashion. Mode is namelijk niet alleen een economisch of duurzaamheidsvraagstuk, maar ook een krachtige vorm van expressie, verweven met identiteiten, belevenissen, levenswijzen, verhalen en diep geworteld in gemeenschappen.

Artistieke visie, stijl, storytelling, verbeelding en de verbinding met de culturele waarden van gemeenschappen zijn cruciaal voor modebedrijven die verandering in de levensstijl van consumenten willen stimuleren. Esthetiek en storytelling hebben een belangrijke invloed op de motivatie van mensen om voor duurzame keuzes te gaan. Ethical fashion consumer brands zijn succesvol wanneer ze stevig verankerd zijn in diverse gemeenschappen en (sub)culturen, waardoor ze dragers worden van gedeelde waarden en manieren van leven. Ethical fashion gaat kortom niet alleen over duurzaamheid en de supply chain, maar is ook nauw verweven met cultuur, gemeenschap en verbeeldingskracht.

Het jonge, inclusieve Rotterdamse merk Versatile Forever, een van de winnaars van de DOEN Textielcall 2022, is een mooi voorbeeld.⁶⁰ Versatile Forever is een kledingmerk, maar dan gebaseerd op tweedehands textiel. Het bedrijf ziet upcycelen niet als geitenwollensokken-toestand maar een Generatie-Z fashion statement.⁶¹ Ze produceren bikini's gemaakt van de afvalresten van verknippe en een nieuwe kledingcollectie gemaakt van gebreide voetbalsjaals van Feyenoord en andere clubs. In het kleurrijke, surrealistische werk van Correa Alves speelt haar multiculturele omgeving een belangrijke rol, evenals diversiteit, en Rotterdamse cultuur een belangrijke rol.⁶²

Het merk laat zien dat de transitie van een lineaire naar een circulaire economie, verder gaat dan upcycling en supply chain transformatie, maar ook te maken heeft met "cultural change". Het bedrijf laat zien dat mode een vorm van culturele expressie is die verbonden is met een levenswijze, gedragen door gemeenschappen met gedeelde waarden. Kortom, een potentieel "cultural impact fonds" gericht op ethische mode als focus mag de culturele dimensie van mode, als impact dimensie, niet buiten beschouwing laten.

Financieringsbehoeften

Voor startende modeondernemers is het vaak moeilijk om financiering rond te krijgen. Uit een rapport van ABN Amro blijkt dat circulaire startups in het algemeen moeite hebben met het verkrijgen van financiering, en dit geldt in het bijzonder voor scale-ups in de mode- en textielsector. Hoewel er subsidies en leningen beschikbaar zijn via de RVO, het Stimuleringsfonds en accelerators, zijn dit voornamelijk kleine bedragen variërend van vijf- tot twintigduizend euro. Daarnaast zijn er weinig financieringsmogelijkheden voor scale-ups. Banken beschouwen deze modeondernemingen vaak als te risicovol en zijn onbekend met de verdienmodellen van deze startups.

Vanuit deze sector is er grote behoefte aan toegang tot durfkapitaal voor mode startups en scale-ups. Tot op heden is de hoeveelheid kapitaal die beschikbaar is nog te klein in vergelijking met de financieringsbehoefte van de veelbelovende ethische mode-innovators. Als gevolg hiervan duikt de toegang tot durfkapitaal financiering in de begin- en middenfase consequent op als het meest dringende element dat ventures verhindert vooruitgang te boeken.

Er is daarnaast grote behoefte aan zakelijke begeleiding door mensen die de modesector begrijpen en andere non-financial support in de vorm van ethical fashion incubator en accelerator programma's. Er is behoefte aan subsidie voor R&D in combinatie met gunstige leningen en durfkapitaal. Tot slot is er behoefte aan het begeleiden in het opzetten van strategische samenwerkingen met textielindustrieën en grote merken voor gezamenlijke modecollecties of sneaker collabs.

Een Participatie Maatschappij dat investeert in Circular Fashion kan inspelen op de vraag vanuit ethische mode bedrijfjes om eigen vermogen op te bouwen. Momenteel bestaat financiering voor de sector namelijk vooral uit leningen en subsidies. Beiden dragen vaak juist niet bij aan het opbouwen van een eigen vermogen, en daarmee een duurzame organisatie op lange termijn. Leningen zijn per definitie vreemd vermogen en leggen, ook in geval zachte voorwaarden, altijd een druk op terugbetalen op een organisatie of ondernemer. Subsidies zijn vaak projectmatig en verbieden soms expliciet het opbouwen van eigen vermogen. Investeren in aandelen kan daarom een oplossing zijn voor mode-bedrijfjes, omdat het leidt tot een toename van het eigen vermogen en bijdraagt aan een financieel gezonde bedrijfsvoering.

3.3. Social Design

In de afgelopen decennia is er veel aandacht voor sociaal ontwerpen (social design). Social design is een vakgebied waarin ontwerp en architectuur wordt ingezet om maatschappelijke of ecologische impact te creëren. Een potentieel impact investeringsfonds zou zich kunnen richten op deze grote groep van kleine ontwerpstudio's.

Sociale ontwerpbureaus zijn vaak ZZP'ers en kleine bedrijfjes van designers en (landschaps)-architecten die werken aan verschillende maatschappelijke opgaven. Het gaat vaak om interventies in de publieke ruimte, de natuur, de gezondheidszorg of in relatie tot diversiteit en inclusie. Met hun manier van werken dragen ze bij aan verschillende impact-dimensies. In de context van het strategisch kompas van DOEN zijn ze vooral interessant omdat ze de "systeemtransitie van groeiende ongelijkheid naar een wereld waarin iedereen meedoet en meetelt, met een nadruk op kwetsbare groepen en diversiteit en inclusie."

Een mooi voorbeeld van een social design bureau, dat door Stichting DOEN is ondersteund, is de praktijk van Simon Dogger.⁶³ Simon Dogger, een van de eerste blinde ontwerpers die afstudeerde aan de Design Academy Eindhoven, richt zich op het ontwikkelen van innovatieve oplossingen die de kwaliteit van leven verbeteren. Een van zijn projecten is de The Emotion Whisperer, een tool die visueel beperkten helpt bij het waarnemen van lichaamstaal.⁶⁴ Het systeem bestaat uit een bril met een camera die beelden van gesprekspartners naar een app stuurt die gezichtsuitdrukkingen herkent. Deze worden vervolgens omgezet via een draagbaar apparaat op de arm, waarbij specifieke trillingen een glimlach of andere emoties voelbaar maken. Simon bouwde een prototype en deed onderzoek naar de integratie van de tool in het dagelijks leven en daarnaast de mogelijkheden voor marktimplementatie.

Een ander voorbeeld van een social design bureau met een focus op kwetsbare groepen is Fysiek Fabriek, een collectief van social designers die hulpmiddelen op maat realiseren voor mensen met een lichamelijke beperking.⁶⁵ Het bedrijf verbindt mensen met een fysieke beperking, de lokale creatieve- en maakindustrie en lokale maatschappelijk betrokken organisaties met elkaar om in co-creatie oplossingen te maken voor concrete uitdagingen.

Naast deze voorbeelden van ontwerpers die zich richten op kwetsbare groepen zijn er ook voorbeelden van ontwerpstudio's die zich richten op interventies in de publieke ruimte of het landschap. Deze ontwerpstudio's werken vaak aan projecten die gemeenschapsgericht zijn, zoals het herinrichten van pleinen, parken, of stedelijke en landelijke gebieden om de leefbaarheid te verbeteren en de sociale cohesie te versterken.

Een voorbeeld hiervan is Space for Play, een ontwerpbureau dat klimaatadaptieve buurtpleinen en speeltuinen maakt op basis van een participatief co-designproces met bewoners en kinderen in buurten.⁶⁶ De nadruk ligt niet alleen op het eindresultaat, maar juist ook op de methodiek, door iedereen een stem te geven in een gebiedsontwikkeling. Een ander voorbeeld is het ontwerpbureau Strootman Landschapsarchitecten dat zich richt op ontwerpend onderzoek en bos-, park- en tuinontwerp en van natuurontwikkeling tot infrastructuur-ontwerp.⁶⁷

Deze ontwerpbureaus betrekken vaak gemeenschappen bij hun werkproces. Dit gebeurt veelal door middel van participatieve design methoden, waarbij burgers, bewoners en andere belanghebbenden actief meedenken en onderdeel zijn van het ontwerpend proces waarmee ruimte ontstaat voor een veelheid aan perspectieven. Stichting DOEN richt zich nadrukkelijk op deze praktijken waarbij gemeenschappen onderdeel zijn van het proces.

Sociale ontwerpers en architecten zijn doorgaans sterk afhankelijk van particuliere opdrachtgevers en designwedstrijden, om hun ontwerp- en architectuur studio's draaiende te houden. Daarnaast hebben deze ontwerpers bijna altijd een parttime lesgevende functie op een design academy of een universiteit. Ze fungeren als creatieve zakelijke dienstverleners die op opdrachtbasis werken (uurtje factuurtje) en zelden een product ontwikkelen dat ze zelf exploiteren.

"Maatschappelijk opdrachtgeverschap" is een groeiende bron van inkomsten voor deze groep. Dit zijn opdrachten die door maatschappelijke organisaties (NGO's) en lokale overheden zoals gemeenten en waterschappen worden verstrekt aan creatieve dienstverleners zoals designers en architecten om bij te dragen aan maatschappelijke opgaven of ruimtelijke transitieopgaven. Uit interviews blijkt echter dat deze maatschappelijke opdrachtgevers vaak traag werken, over beperkte budgetten beschikken, onregelmatige betalingen doen en daardoor een onzekere inkomstenbron vormen.

Financieringsbehoeften

Binnen deze sector is behoefte aan projectfinanciering voor ontwerpend vooronderzoek, ontwikkeling van proof of concept en de schakel naar de markt. Vergelijkbaar met de materiaal-ontwerpers is er binnen de groep sociaal ontwerpers weinig interesse om één product op te schalen. Er is meer interesse voor strategische samenwerkingen met bedrijven.

Gezien de sterk dienstverlenende aard van dit segment, zijn leningen en durfkapitaal minder passend voor deze groep. Tijdens de interviews gaven social designers aan in beperkte mate ervaring te hebben en geïnteresseerd te zijn in leningen en investeringen in aandelen.

Social Impact Bonds (SIB) zijn een financieringsinstrument waarbij privaat geld wordt ingezet om maatschappelijke vraagstukken op te lossen. In plaats van het traditionele model van subsidies verstrekken wordt op projectbasis een hechte samenwerking aangegaan met uitvoerders, investeerders en soms een intermediair. Vooraf worden duidelijke afspraken gemaakt over doelstellingen en resultaten die behaald moeten worden voor de doelgroep die centraal staat. Private investeerders dragen het financiële risico, maar kunnen daar ook voor beloond worden. Een onafhankelijke partij meet of de gestelde doelen zijn behaald. Als dat is gelukt, betaalt de overheid of filantroop de investeerders terug met rendement. Zijn de resultaten niet toereikend, dan zijn de investeerders hun geld kwijt.

Social Finance NL

Social Impact Bonds (SIB) ook wel "pay-for-success" zou naast opdrachtgeverschap en subsidies een passende financiering kunnen zijn voor deze groep. Bij een SIB investeert een impact investeerder in een maatschappelijke opgave die wordt uitgevoerd door een dienstverlener. De overheid betaalt de impact investeerder alleen terug als het programma de vooraf bepaalde maatschappelijke resultaten behaalt. Als het programma succesvol is, wordt de investeerder terugbetaald met een rendement op de investering. Als de doelen niet worden bereikt, leidt de investeerder een verlies.

"Ik heb wel eens gezegd, toen ik zelf als ontwerper ook actief was: We zouden eigenlijk de term opdrachtgever uit ons woordenboek moeten schrappen." Het geeft een verkeerde afhankelijkheid en je komt er nooit meer uit. Je hebt nooit voldoende vlees op de botten om zelf te investeren."

Bart Ahsmann - Click NL

3.4. Culturele Ruimte

Culturele ruimtes zoals broedplaatsen, werkplaatsen, podia, oefenruimtes, openluchtbioscopen en kweekvijvers zijn van onschatbare waarde voor het stimuleren van nieuwe culturele impulsen in de stad. Ze spelen een essentiële rol bij de herontwikkeling van gebieden, zoals voormalige industriegebieden of leeglopende plattelandsstreken. Het draait hierbij om circulariteit, gebiedsontwikkeling en economische impulsen, maar vooral om de transitie naar een samenleving met meer ruimte voor gemeenschappelijke en toegankelijke culturele ruimtes voor collectieve verbeelding. Daarnaast is er een grote behoefte aan betaalbare en toegankelijke ateliers en werkruimtes. Een potentieel impact investeringsfonds zou zich ook direct kunnen richten op het investeren in deze gemeenschappelijke culturele ruimtes.

Er zijn tal van voorbeelden van culturele plekken en broedplaatsen in Nederland, zoals NYMA Makersplaats, een 150 meter lang gebouw in Nijmegen waar vakmanschap, ambacht, innovatie, cultuur en kunst bij elkaar komen⁶⁸. Behalve ateliers en werkplekken in allerlei vormen en maten, faciliteert NYMA Makersplaats ook cursussen en evenementen om de creatieve maakindustrie te versterken. Een ander voorbeeld is Brutus, dat werd geïnitieerd door Joep van Lieshout in Rotterdam⁶⁹. Hier wordt 10.000 vierkante meter in het M4H-gebied in Rotterdam-West omgevormd tot woningen, kunstzalen, ateliers, een openluchtbioscoop, een club, horeca, een beeldentuin en een openbaar kunst labyrinth.

Stichting DOEN richt zich al lange tijd specifiek op culturele plekken die bijdragen aan de transitie naar een samenleving waarin de “commons” centraal staan. DOEN geeft prioriteit aan initiatieven die alternatieve eigendoms modellen hanteren. DOEN ondersteunt bijvoorbeeld Amsterdam Alternative, een samenwerkingsverband van verschillende culturele plekken in Amsterdam, waar muziek, film, dans, theateren andere kunstvormen worden gepresenteerd, maar waar ook wordt gewoond en gewerkt.⁷⁰ Inmiddels zijn er 34 plekken aangesloten bij Amsterdam Alternative. In 2019 lanceerde Amsterdam Alternative het project Vrij Beton om te gaan strijden voor permanente vrije ruimte in de stad en zich te verzetten tegen de gentrificatie van de stad door commerciële vastgoedprojecten.⁷¹ Een van de plekken die aangesloten is bij Amsterdam Alternative is de culturele vrijplaats OT301.⁷²

Een ander voorbeeld dat zich richt op de combinatie van betaalbaar wonen en ruimte voor ateliers is Bajesdorp.⁷³ Dit vier verdiepingen tellende gebouw is opgericht door bewoners die zich verzetten tegen leegstand en zich inzetten voor het behoud van een leefbare buurt. Het is nu een duurzame en culturele vrijplaats met ongeveer 20 woningen en ateliers voor kunstenaars. De financiering werd gerealiseerd via community-obligaties. Obligatiehouders uit de gemeenschap ontvingen nu jaarlijks 2% rente op hun investering en krijgen hun geld uiterlijk na 10 jaar terug. In totaal werden er 2.467 obligaties verkocht om deze culturele vrijplaats te realiseren.

Financieringsbehoeften

Uit onze interviews met het veld kwam regelmatig naar voren dat er specifieke interesse is in samenwerkingen met impact investeerders om culturele panden en gronden te verwerven en in collectief eigendom te brengen van de culturele gemeenschap.

Impact investeerders zouden bijvoorbeeld kunnen investeren in panden en deze dan onderbrengen in een steward-owned "beheerstichting" zodat de gemeenschap collectief eigenaar wordt van het gebouw. Collectief eigendom kan hier de vorm aannemen van een coöperatie of een vereniging met leden die eigenaar is van het gebouw. Vervolgens huren alle leden van de vereniging – en dus indirect van zichzelf. De investeerder maakt rendement via de huurinkomsten.

Een dergelijke constructie draagt niet alleen bij aan het behoud van culturele plekken als gemeenschappelijke en toegankelijke ruimtes, maar het voorkomt ook speculatie en stimuleert duurzame stedelijke ontwikkeling waarin de gemeenschap centraal staat. Impact-investeerders worden zo een belangrijke schakel in de transitie naar een circulaire, creatieve en inclusieve samenleving, waarin collectief eigendom en lokale zeggenschap de norm worden. Modellen die ter inspiratie kunnen dienen voor dergelijke constructies zijn “community land trusts”.

Een Community Land Trust betrekt bewoners, gebruikers, ondernemers, buurtgenoten en lokale overheden bij het eigenaarschap en zeggenschap over land. Samen vormen ze een Community van mensen die samen ontwikkelen, samen leven en samen faciliteiten delen en beheren. Het Land wordt onttrokken uit de markt en komt in gedeeld eigenaarschap van de gemeenschap, waardoor de prijs van vastgoed niet meer wordt beïnvloed door stijgende grondprijzen en dus eerlijk en toegankelijk kan blijven. De Trust zorgt voor gedeeld beheer van het land en haar bebouwing, en garandeert betaalbaarheid en duurzaamheid voor de komende generaties. Duurzame ontwerp-, bouw- en beheerde keuzes worden in de hand gewerkt doordat een Community Land Trust antispeculatief is en zich richt op de lange termijn en de belangen van de community, waarin lokale en publieke belangen verenigd worden.

Het Stadmakers Fonds is een goed voorbeeld van een fonds dat investeert in impact gedreven organisaties die op zoek zijn naar financiering van vastgoed.⁷⁴ Het helpt initiatieven hun vastgoed en grond aan te kopen, en de bouw te financieren. Het fonds hanteert een redelijk financieel rendement. Een van de mogelijkheden is om een vergelijkbaar fonds op te zetten, maar dat zich specifiek richt op het helpen van de culturele sector om vastgoed en grond aan te kopen.

Community Land Trust NL

3.5. Culturele Producties en Expressie

Theatervoorstellingen, tentoonstellingen, films, muziek festivals, fotografie, literatuur en andere cultuuruitingen spelen een cruciale rol in een samenleving die ruimte biedt voor radicale verbeelding.

Productiehuizen, dansgroepen, theatergezelschappen, muziekfestivals en game-studio's ontwikkelen baanbrekende projecten die een diversiteit aan perspectieven, inzichten, stemmen en verhalen belichten over maatschappelijke vraagstukken. Een potentieel impactinvesteringsfonds zou zich ook direct kunnen richten op het mogelijk maken van deze culturele expressie in de vorm van producties die nieuwe perspectieven laten zien.

Stichting DOEN finanziert via het Vriendenloterijfonds al lange tijd een tal van theatergezelschappen en productiehuizen die radicale verbeeldingskracht inzetten om te laten zien dat een andere wereld mogelijk is en ruimte bieden aan een diversiteit aan perspectieven. DOEN financierde de dansvoorstellingen van Introdans waar inclusiviteit en diversiteit centraal staan. Of de theatervoorstellingen van het Leidse stadsgezelschap PS Theater waar verhalen van mensen centraal staan die de kloof tussen kansarm en kansrijk zelf ervaren?⁷⁵ Op de website van het Vriendenloterijfonds zijn tal van vergelijkbare projecten te vinden.⁷⁶ Volgens Stichting DOEN vervangt “deze rijkdom aan gedachten, geluiden en beelden het dominante maatschappelijke verhaal van individueel gewin en de planeet-als-gebruiksartikel”⁷⁷

Financieringsbehoeften

Er zijn uiteenlopende financieringsbehoeften binnen dit segment; enerzijds is er behoefte aan ondersteuning door subsidie met een sterke behoefte aan langdurige “core-funding” die niet tijdelijk of productie of project gebonden is. Anderzijds is er behoefte aan leningen, omdat bij podiumkunsten, festivals en muziekvoorstellingen vaak de kost voor de baat uitgaat. Voorfinanciering (ook wel ‘overbruggingskrediet’ genoemd) is daarom een financieringsvorm die vaak wordt gebruikt in de podiumkunsten, muziek en film sector, naast subsidies. Inkomsten zijn er namelijk pas als een film draait, een festival loopt of een voorstelling is gegeven of een muziekalbum of videogame kan worden gekocht. Voor dit korte liquiditeitsprobleem is impact investing in de vorm van leningen of omzet-gebaseerde financiering een geschikt instrument. Omzet-gebaseerde financiering (revenue based finance) is een vorm van kapitaalverstrekking waarbij investeerders financiering bieden in ruil voor een percentage van de toekomstige opbrengsten, in plaats van een vaste rente zoals bij een traditionele lening of een aandeel in het eigenaarschap zoals bij aandeleninvesteringen. Productiehuizen of gezelschappen kunnen op deze manier kapitaal aantrekken door een percentage van toekomstige opbrengsten van de ticketverkoop van een voorstelling of opbrengsten uit streamingdiensten aan een investeerder af te staan. Dit is vooral populair bij onafhankelijke films en films met een beperkt budget, maar kan ook worden gebruikt voor theaterproducties en andere podiumkunsten. Het biedt namelijk de mogelijkheid om flexibel te financieren zonder eigendom op te geven.

Er zijn verschillende voorbeelden van productiehuizen, festivals en dansgezelschappen waar overbruggingskredieten behulpzaam zijn. Een voorbeeld, dat door Cultuur+Ondernemen wordt besproken is International Dance League, een organisatie uit Rotterdam die urban dance promoot.⁷⁸ De organisatie had een overbruggingskrediet nodig omdat er tijdens de voorbereiding en uitvoering al kosten werden gemaakt en medewerkers moesten worden uitbetaald. In de praktijk komt dit voor veel producenten neer op het voorfinancieren van een aanzienlijk deel van de uitgaven. Een ander voorbeeld is de impactproducent Joost Vervoort, die samen met voormalige gameontwikkelaars van Guerilla Games de game "All Will Rise" wil bouwen.⁷⁹ De game heeft een focus op klimaatrechtvaardigheid. Spelers kunnen deelnemen aan verschillende klimaatrechtszaken over de hele wereld. Het idee ontstond vanuit de betrokkenheid van Joost bij actiegroep Fossielvrij, die pensioenfonds ABP aanklaagde. Het team zoekt momenteel voorfinanciering om de game te ontwikkelen en kan impactinvesteerders rendement betalen uit de verkoop van de game.

Een impact productie fonds dat investeert in grootschalige en impactgerichte theaterstukken, films, muziek- en game producties zou dus in een directe vraag voorzien van de sector. Investeerders kunnen profiteren van opbrengsten uit de opbrengsten van deze producties, maar ook van de maatschappelijke impact die deze producties genereren.

Een organisatie die momenteel een vergelijkbaar impact investeringsfonds ontwikkelt voor documentaires is Think Film.⁸⁰ Think Film is een organisatie die zich heeft gespecialiseerd in impact campagnes rondom maatschappelijk georiënteerde documentaires zoals over Navalny of over ontbossing en inheemse landrechten in de Amazone. Deze campagnes, die samen met lokale NGO's worden opgezet rondom de films, worden ingezet als lobby middel bij beleidmakers om bijvoorbeeld veranderingen in wetgeving te bewerkstelligen. Impact investeerders zouden bijvoorbeeld naast een film of voorstelling ook in deze campagnes kunnen investeren. Naast een financieel rendement uit het succes van de film krijgen ze dan ook een maatschappelijk rendement uit de impact campagne.

3.6. The Culture

Een aanzienlijk aantal creatieve bedrijven die doelbewust een maatschappelijke impact maken, zijn afkomstig uit een beweging die bekend staat onder de naam "the culture". In het rapport "Onvervangbaar, de innovatieve kracht van the culture" schrijft de UNESCO commissie over de maatschappelijke impact van deze groep culturele ondernemers en kunstenaars met een biculturele achtergrond.⁸¹ Deze groep creatieve ondernemers kaart sociale kwesties aan, vergroot begrip tussen verschillende culturen, geeft een stem aan gemarginaliseerde gemeenschappen en creëert kansen voor werkgelegenheid en economische ontwikkeling. Daarnaast stellen ze dominante maatschappelijke systemen ter discussie. Het maken van impact is een intrinsiek onderdeel van de missie van deze creatieve bedrijven. Een impact investeringsfonds zou zich ook op deze groep kunnen richten.

UNESCO Nederland beschrijft 'the culture' als "een diasporische leefwereld van waardecreatie ontstaat"⁸² De uitingsvormen, zoals ontwerp, mode, nachtcultuur, muziek, film en kunst, zijn beïnvloed door postkoloniale migratie en sterk geworteld in (afro-)diasporische culturele productie. Omdat "the culture" een duidelijke diasporische basis heeft, ontstaat dit culturele ecosysteem voornamelijk in stedelijke omgevingen en migrantenwijken.⁸³

The culture is nauw verbonden met de hiphopcultuur, die draait om zelfexpressie, eigenheid en het activistisch bekritiseren van een samenleving die bepaalde groepen uitsluit. Het is een levenswijze, gedragen door gemeenschappen met gedeelde waarden, ervaringen en levenshouding. 'The culture' bestaat uit een inclusieve community van mensen met verschillende etnische achtergronden. Makers zijn vaak toonaangevend en trendsettend. Het breken met heersende normen kenmerkt het autonome en tegendraadse karakter van 'the culture' en zelfbeschikking, persoonlijke groei, identiteitsvorming en een 'Do It Yourself'-mentaliteit zijn belangrijke drijfveren.⁸⁴

In vergelijking met de eerder besproken sectoren is het opvallend hoe commerciëler deze groep is ingesteld. Het zijn vaak ondernemers die goed aanvoelen wat de markt wil en geworteld zijn in de sector. Een goed voorbeeld is het Amsterdamse merk SMIB.⁸⁵ SMIB (het omgekeerde van Bims, de Bijlmer) is een merk dat wordt gerund door een multidisciplinair collectief. Naast het maken van hiphop houden ze zich ook bezig met het organiseren van een jaarlijks festival, kleding en maken ze films.⁸⁶ The New Originals is een creatief consumenten merk dat in 2011 ontstond uit een nieuwe vriendengroep die een blog begon om hun passies voor mode, design en muziek te delen.⁸⁷ Inmiddels is het een succesvol merk op het gebied van kunst, muziek, mode en het nachtleven. Het Amsterdamse creatieve bedrijf Patta is niet alleen een internationaal streetwear merk, maar ook een community van creatives die zich inzetten voor de gemeenschap, bijvoorbeeld vanuit Patta Academy.⁸⁸ Dit initiatief is ontstaan toen het bedrijf zomerscholen organiseerde voor kinderen uit Amsterdam Zuidoost die niet op vakantie konden.⁸⁹ Nu is de academy een incubator voor creatief ondernemerschap en talentontwikkeling.

Andere voorbeelden zijn "creative agencies" die diasporische gemeenschappen representeren en het promoten van diverse culturele uitingen zoals DAR Cultural Agency en The Niteshop.⁹⁰ is een platform dat talentvolle kunstenaars vertegenwoordigt en culturele programma's, talks en tentoonstellingen initieert die voorbij het eurocentrische denkkader gaan.⁹¹ "De focus ligt op betekenisvolle samenwerkingen tussen kunstenaars uit het ontwerp-, architectuur- en beeldende kunstveld, merken, musea en gemeenschappen. Sterke combinaties van artistieke ontwikkeling en zakelijke onafhankelijkheid zijn het uitgangspunt."⁹²

Volgens de UNESCO Commissie is er een stelselmatig gebrek aan erkenning en ondersteuning van deze groep creatieve ondernemers. Dit uit zich in beperkte financieringsmogelijkheden vanuit gevestigde investeerders, het subsidiestelsel en beperkte toegang tot culturele instellingen en distributiekanalen. Door deze onderwaardering en uitsluiting wordt het impact-potentieel van deze groep onbenut en blijven belangrijke boodschappen en perspectieven ongehoord en specifieke maatschappelijke problemen onderbelicht en onopgelost. UNESCO adviseert daarom om de kracht en het succes van ‘the culture’ meer te erkennen en specifiek om oog te hebben voor haar rol bij het signaleren en aanpakken van maatschappelijke opgaven. Volgens UNESCO draagt de culture op “onschatbare wijze bij aan het behalen van de SDG’s. Ze staan midden in de samenleving en zijn in staat veel mensen – waaronder grote groepen jongeren – te bereiken. De “innovatieve kracht van de culture is daarom onmisbaar bij het vormgeven van de stad van de toekomst”⁹³

Financieringsbehoeften

Er is onder deze groep vooral behoefte aan startkapitaal, voor de opstartkosten van een onderneming of nieuwe productielijn te financieren. Een potentieel fonds zou een benadering kunnen kiezen die zich specifiek richt op deze sector. Er kan bijvoorbeeld worden gekeken naar een aantal steden met vergelijkbare typologie en multicultureel karakter zoals Amsterdam, Hamburg, Milaan, Marseille, Rotterdam en Antwerpen of andere delen van het koninkrijk zoals het Caribisch Nederland. Een opmerkelijk kenmerk van deze groep is dat ze translokaal opereren (super lokaal geworteld maar in verbinding met wereldwijde culturele uitingsvormen).

Een ander belangrijk punt is dat er onder creatieve ondernemers met een biculturele achtergrond behoefte is aan representatie vanuit de gemeenschap onder investeerders en om betere toegang te krijgen tot bestaande investeerders. Er is een allergie voor het toe-eigenen van ‘the culture’ om diversiteit en inclusie doelstellingen af te kunnen vinken, zonder dat er daadwerkelijk iets verandert in het systeem. Het gaat dus niet om oude problematische vormen van “participatie”, maar om zeggenschap. Er is behoefte aan betrokkenheid en écht contact leggen. Er is behoefte aan verstrekkers van risicodragend kapitaal die willen investeren in deze communities en rijke uitingsvormen en impact-dimensies om zo haar eigenheid en bestaan te bestendigen.

Een impact investeringsfonds zou zich dus kunnen richten op “the cultuur”, door te investeren in creatieve ventures die de stad van de toekomst vormgeven vanuit verbeelding, gemeenschap, trans-lokaliteit en impact. Hierbij kan worden gedacht aan een combinatie van verschillende ondernemingen waaronder ethical fashion-brands, muziekfestivals, nightclubs en record labels etc.

Eindnoten

“Dit is een groep die ambitie heeft, de taal van de markt goed kent, maar wel tegen muren aanloopt. Omdat er weinig erkenning en financiële ondersteuning is binnen het subsidiestelsel is er een soort do-it-yourself mentaliteit ontstaan en hebben ze zo iets van: als het niet linksom kan, dan doen we het rechtsom, dan doen we het gewoon alleen.”

Martin van Engel, adviseur diversiteit en inclusie

“Als ik naar de speerpunten kijk van DOEN Participaties, dan denk ik: Ja, dat past echt super goed bij ‘the culture’.”

Lisanne Bedaux, UNESCO Nederland.

45. <https://christienmeindertsma.com/>
46. <https://www.dotunusual.com/>
47. <https://www.paulinevandongen.nl/studio/>
48. <https://zeefier.eu/>
49. <https://neffa.nl/>
50. <https://www.doen.nl/en/news/neffa-new-fashion-factory-secures-seed-funding>
51. <https://loop-biotech.com/>
52. <https://byborre.com/>
53. <https://wear-store.nl/>
54. <https://softrevolt.com/>
55. <https://loopalife.com/>
56. <https://newoptimist.nl/>
57. <https://lena-library.com/>
58. <https://mudjeans.com/>
59. <https://www.makersunite.eu/>
60. <https://www.doen.nl/nieuws/winnaar-s-van-de-doen-textielcall-2022-zijnbekend>
61. <https://www.versatileforever.com/>
62. <https://www.parool.nl/nederland/versatile-forever-maakt-mode-van-vintage-voetbalshirts-en-shirts-ik-heb-ajax-en-feyenoord-nog-niet-durven-combineren~ba308ffd/>
63. <https://www.simondogger.nl/>
64. <https://www.simondogger.nl/emotionwhisperer.html>
65. <https://www.fysiekfabriek.nl/>
66. <https://www.spaceforplay.org/>
67. <https://strootman.net/>
68. <https://nymamakersplaats.nl/>
69. <https://brutus.nl/>
70. <https://www.amsterdamalternative.nl/>
71. <https://www.collectieveigendom.nl/vrijplaatsen/vrij-beton>
72. <https://www.ot301.nl/>
73. <https://bajesdorp.nl/>
74. <https://stadmakersfonds.nl/>
75. <https://introdans.nl/en> en <https://pstheater.nl/>
76. <https://vriendenloterijfonds.doen.nl/>
77. <https://www.doen.nl/hoe-we-het-doen/versnellen-van-transities>
78. https://www.cultuur-ondernehmen.nl/artikel/naast-fonden-en-subsidies-blijkt-de-cultuurlening-een-uitkomst-voor-het-dansfestival-international-dance-league_& https://www.internationaldanceleague.com/
79. <https://www.allwillrise.com/>
80. <https://tfip.org/>
81. <https://www.unesco.nl/sites/default/files/2023-11/Advies-the-Culture.pdf>

82. <https://www.unesco.nl/sites/default/files/2023-11/Advies-the-Culture.pdf>
83. Ibidem
84. Ibidem
85. <https://smib.jp/>
86. [https://www.amsterdam-dance-event.nl/en/artists-speakers/smib/18431/#:~:text=SMIB%20\(het%20omgekeerde%20van%20Bims,,\)%20festival%2C%20kleding%20en%20film](https://www.amsterdam-dance-event.nl/en/artists-speakers/smib/18431/#:~:text=SMIB%20(het%20omgekeerde%20van%20Bims,,)%20festival%2C%20kleding%20en%20film)
87. <https://theneworiginals.eu/>
88. <https://www.patta.nl/>
<https://www.pattaacademy.com/>
89. <https://degezondestad.org/blog/van-zomerschool-in-zuidoost-naar-ondernehmers-van-morgen/>
90. [https://dar.nu/](https://dar.nu/&)
<https://theniteshop.com/>
91. <https://dar.nu/>
92. Op basis van gesprek met Zineb Seghrouchni and <https://www.unesco.nl/sites/default/files/2023-11/Advies-the-Culture.pdf>
93. <https://www.unesco.nl/sites/default/files/2023-11/Advies-the-Culture.pdf>

Hoofdstuk 4. Aanbevelingen

4.1. De Haalbaarheid

De haalbaarheid van een impact investeringsfonds met een focus op de culturele en creatieve sector is de hoofdvraag voor dit onderzoek. Is er een match tussen impact investeerders (en fondsmanagers) en de culturele en creatieve sectoren?

Zowel vanuit de vraag, als vanuit het aanbod is duidelijk dat er een match kan zijn. De sector heeft behoefte aan het versterken van hun eigen vermogen, het verwerven van panden en het krijgen van voorfinanciering voor cultuurproducties. Impact Investeerders kunnen hier een belangrijke rol in spelen.

"We zouden sneller kunnen innoveren en opschalen met meer financiële middelen, maar investeerders eisen vaak een rendement, wat de focus van een holistisch bedrijf verstoort. We hebben missiegedreven klanten nodig, want klanten die in cijfers denken, vinden innovatie te risicotvol vanwege het gebrek aan data. Innovatie, afgeleid van het Latijnse 'innovatus', betekent 'verniewd'. Innovaties zullen gaan floreren wanneer we ook een vernieuwde manier van investeren omarmen."

Ermi van Oers Nova Innov

Deal flow

Kan er voldoende deal flow worden gecreëerd voor een impact investeringsfonds in Nederland? De deal flow wordt gedefinieerd als de hoeveelheid investeerbare voorstellen die aan een investeringsmaatschappij worden gedaan. Een cultureel impact investeringsfonds is alleen haalbaar als er een aanzienlijke deal flow kan worden gecreëerd.

Bovenal is 'financierbaarheid' afhankelijk van de uitgangspunten, voorwaarden, sector focus en doelen van de investeerder. Niet elke investeerder past bij de sectoren, en niet elke onderneming heeft baat bij of is geschikt voor andere financiële producten dan subsidies zoals leningen en durfkapitaal.

De voorbeelden laten zien dat het mogelijk moet zijn om voldoende deal flow te realiseren in Nederland. We denken wel dat het verstandig is dat het fonds zich richt op andere Europese landen. In het algemeen geldt: hoe specieker de focus van een fonds, hoe breder de geografie.

Uitdagingen

De grootste uitdaging is dat impact investeerders nog vrij onbekend zijn en weinig "feeling" hebben met de culturele en creatieve sector. Ze zijn vaak niet vertrouwd met de verschillende "asset classes" binnen de sector, vinden het moeilijk te waarderen, zien de sector als te risicovol en kennen weinig "succes stories" waarbij impact investeerders succesvol hebben geïnvesteerd.

Daarnaast is er onbekendheid in de culturele en creatieve sector met impact investeringen, en de verschillende financiële instrumenten die kunnen worden geboden. Het is daarnaast ongebruikelijk in de sector om investeerders te laten participeren in een bedrijf. Tijdens de interviews werd soms duidelijk dat de sector onbekend is met het verschil tussen impact investors en reguliere investeerders. Daarnaast spreken veel ondernemende makers niet "de taal" van impact-financiers en hebben het gevoel dat ze veel moeten uitleggen. Ook is er bezorgdheid dat externe investeerders zeggenschap krijgen terwijl ze de aard van de sector en manier van werken niet snappen.

Wij voorzien ook dat het tijd zal kosten om ondernemers met een biculturele achtergrond op een goede manier te betrekken bij het nieuwe fonds. De impact investors wereld is op het moment weinig divers en het is daarom een noodzakelijke voorwaarde om kernpersonen uit de sector te betrekken en zeggenschap te geven. Dit kan bijvoorbeeld in de investeringscommissie, het aanstellen van ambassadeurs en door het scouteren van talent. Het is essentieel dat diversiteit en inclusie een vanzelfsprekend onderdeel worden van het fonds en geen bijproduct. Een fonds is alleen haalbaar als het credibility heeft binnen de sector. Alleen door proactief te scouteren en vooral door intensieve samenwerking met de sector heeft een fonds kans van slagen.

Investeren in de culturele en creatieve sector vraagt daarnaast om geduld (patient capital). Patient capital is geld waarvan de verstrekker weet dat het een langere tijd vaststaat. Er is kortom behoefte aan investeerders die verder kijken dan korte termijn rendement (zowel financieel als impact) en die de waarden, taal en de manier van werken van de sector omarmen. Bovendien vereist het verkrijgen van investering intensieve begeleiding van de ondernemers.

"We zien dat de partijen met wie we vanuit onze incubator werken, dus de meer culturele startups die echt iets nieuws toevoegen, vaak op heel weinig plekken terecht kunnen in Nederland voor financiering."

Jon Heemsbergen, Art-up

De Fondsmanager

Een van de grootste uitdagingen is het vinden van een geschikte fondsmanager met ervaring en bereidheid om een fonds voor de culturele en creatieve sector te managen. Fondsmanagers zijn in feite intermediairs die verantwoordelijk zijn voor het beheer van het fonds zoals fondshuizen en participatiemaatschappijen. Wij denken dat het een uitdaging wordt om een goede fondsmanager te vinden, met kennis en affiniteit met de sector en die bereid is om te werken met verschillende asset-classes en een mix van financieringsvormen kan wil bieden zoals equity, leningen en schenkingen.

Een mogelijke oplossing zou kunnen zijn een fondsmanager die niet bekend is met de sector, maar wel bereid is om een nieuw team van experts aan te nemen/ of te werken met een hybride setup. In een dergelijke hybride setup wordt een front-end team samengesteld vanuit experts uit de sector met een back-end team voor de verantwoording, administratie en investor relations.

Een laatste mogelijkheid is om een nieuwe fondsmanager te creëren. Het nadeel van deze optie is dat dit lang duurt en kostbaar kan zijn. Het voordeel is echter dat het fonds naar eigen inzicht kan worden vormgegeven en een passend team kan worden gezocht.

Voorwaarden

Op basis van de sectoranalyse en bovenstaande uitdagingen hebben we enkele voorwaarden vastgesteld voor het slagen van een impact investeringsfonds voor de culturele en creatieve sector:

1. Een fondsmanager met een *affiniteit en kennis van de sector*. Er kan ook worden gewerkt met een fondsmanager die minder bekend is met de sector maar bereid is om te werken met een hybride setup met een nieuw front-end team met kennis van de sector met een back-end team van ervaren fondsmanagers voor o.a. administratie, governance en investor relations.
2. Het is essentieel om de *sectoren te betrekken en zeggenschap te geven* vanaf het begin. Dit kan door sleutelfiguren uit de sector in de investeringscommissie te zetten of zelfs mede-aandeelhouder te maken van het fonds. Er kan ook worden gekozen voor een coöperatieve vorm, waarin horizontale besluitvorming centraal staat. Diversiteit en inclusie dienen een vanzelfsprekend onderdeel te zijn van het investeringsfonds en geen bijproduct.
3. *Pro actieve scouting* is belangrijk om de juiste ondernemingen te vinden. Het is essentieel dat de fondsmanager proactief op zoek gaat in plaats van reactief te wachten op investeerbare voorstellen. Het is belangrijk om als eerste stap een pipeline te bouwen. Er kan bijvoorbeeld worden gewerkt met externe scouts en ambassadeurs.
4. Het is essentieel dat de fondsmanager bereid is met een mix van *financieringsvormen* te werken. Bijvoorbeeld door een combinatie van filantropie, leningen en equity aan te bieden.
5. *Patient Capital* is essentieel. Een fonds in de culturele en creatieve sector zal een lange looptijd hebben.

4.2. Potentiële fonds structuren

Er zijn een aantal varianten van potentiële structuren voor een fonds mogelijk. Deze worden hieronder kort schematisch uitgewerkt

Place-Based Fonds voor Grootstedelijke Cultuur

Vorm: Risicodragend eigen vermogen (venture capital) in creatieve ventures in een bepaalde buurt, stad of meerdere steden of juist in de rafelranden van Europa met een vergelijkbare typologie.

Focusgebied: Grootstedelijke Cultuur, Populaire Cultuur, Muziek, Nachtcultuur, Mode-merken, Straatcultuur, Festival, Independent Radio, Stedelijke Rafelranden. Samenwerken aan de stad van morgen

Link met DOEN Strategisch Kompas:

De transitie naar een samenleving waar ruimte is voor radicale verbeelding en waar iedereen mee kan doen en ertoe doet, door te investeren in creatieve bedrijven die aansluiten bij de multiculturele leefwereld van jongeren en die de grootstedelijke cultuur van de toekomst bepalen.

Venture Studio voor Nieuwe Materialen en Ambachten

Vorm: Blend van filantropie voor R&D, venture capital en non-financial support voor materiaal-ontwerpers en ambachten in Europa + Venture studio

Focusgebied: Ontwerpers, kunstenaars en culturele ondernemers die werken met nieuwe materialen zoals mycelium, algen en schimmels en werken op snijvlak van nieuwe technieken, productieprocessen en oude ambachten zoals "digital knitting" of het 3D printen met wol met robots

Link met DOEN strategisch kompas: De transitie van een lineaire naar een circulaire economie versnellen door te investeren in het baanbrekende werk van ontwerpers en door de revitalisering van traditionele ambachten waardoor materialen worden vervangen door duurzame, natuurlijke alternatieven.

Participatie Maatschappij voor Circular Fashion

Vorm: Venture capital voor circulaire fashion start-ups en scale-ups in Nederland/ Europa

Focusgebied: Ethische Mode merken, circulaire start-ups en scale-ups in de mode industrie die werken met smart-textiles met zonnecellen, upcycling van sneakers en expressie, verweven met identiteiten, levenswijzen, verhalen en diep geworteld in gemeenschappen.

Link met DOEN Strategisch Kompas: De transitie naar een circulaire mode- en textielindustrie versnellen door te investeren in ethical fashion startups en scale-ups, en door gedragsverandering te stimuleren in de culturele lifestyles van diverse gemeenschappen.

Vastgoed Fonds voor Vrije Culturele Ruimtes

Vorm: Leningen voor de aankoop van culturele panden om die in (collectief) eigendom te brengen in Nederland

Focusgebied: Culturele Ruimtes, Culturele Panden, Vrijhavens, Broedplaatsen, Werkplaatsen, Podia, Oefenruimtes, Openluchtbioscopen, Beeldentuinen en Kweekvijvers

Link met DOEN Strategisch Kompas: De transitie naar een samenleving waar ruimte is voor radicale verbeelding door te investeren in vrije culturele plekken die horizontale, gelijkwaardige en meer inclusieve samenwerkingsvormen centraal zetten en werken met alternatieve eigendoms modellen.

Productie Fonds voor Radicale Verbeelding

Vorm: Voorfinanciering en Revenue-based finance voor grote cultuurproducties zoals theatervoorstellingen, tentoonstellingen, films en games die nieuwe perspectieven bieden op maatschappelijke thema's

Focusgebied: Culturele Producties zoals theatervoorstellingen, dans, muziek, festivals, tentoonstellingen en films.

Link met DOEN Strategisch Kompas: De transitie naar een samenleving waar ruimte is voor radicale verbeelding, door te investeren in culturele producties die verbeelding inzetten om te laten zien dat een andere wereld mogelijk is en waarin schijnbaar onbetwiste, dominante waarheden worden bevraagd.

4.3. Risico-mitigatie en impact-maximalisatie

Om risico's te mitigeren of impact te maximaliseren, zijn de volgende opties te overwegen:

- *Een Mix:* Er kan natuurlijk worden gekozen voor een combinatie van twee of meer van de bovengenoemde fondsstructuren en asset classes. Dit kan bijvoorbeeld vastgoed omvatten ter ondersteuning van je investeringen in ventures. Een venture building model kan worden gecombineerd met een venture capital-component, en investeringen in ventures en producties (zoals film of theaterproducties). Deze mix van asset classes helpt het risico te spreiden. Het nadeel is echter dat dit potentiële investeerders met een focus op specifieke asset classes kan afschrikken.
- *Evergreen Structuur:* Een andere optie is een Evergreen fonds, dat een lange looptijd heeft. Een evergreen fonds kenmerkt zich door een open-end structuur waarin investeerders voortdurend kunnen toe- of uittreden. Er is geen druk om een onderneming binnen een bepaalde periode te verkopen. Een dergelijk fonds zou een alternatieve structuur voor kosten en beloningen kunnen hebben, waarvan een deel mogelijk wordt teruggegeven aan de sector. Een steward ownership model kan ook worden overwogen waarbij investeerders nooit de mogelijkheid hebben het eigenaarschap en bestuur van een bedrijf over te nemen. In andere woorden: investeerders ontvangen een aandeel in het bedrijf maar zonder zeggenschap. Nadeel is dat deze structuur potentiële LP's kan afschrikken.
- *Impact linked modellen,* waarbij succes van de investeringen ook wordt afgerekend op basis van behaalde impact en/ of de winsten terecht komen bij een bredere groep van stakeholders. Dit laatste kan bijvoorbeeld door eigendom, zeggenschap en rendement aanspraak van elkaar te scheiden in een Steward-Owned model. Nadeel van dit model is dat het nog minder bekend is en sommige investeerders kan afschrikken om toe te treden.

4.4. Aanbevolen Fonds variant

Uiteraard zal een uiteindelijk definitieve variant van een fonds worden bepaald in samenspraak met DOEN. Hieronder doen we een eerste aanzet hoe een dergelijk fonds eruit kan zien op basis van ons onderzoek.

Zoals dit rapport laat zien is er een grote diversiteit aan thema's en financiële instrumenten mogelijk. In het vorige hoofdstuk hebben wij 5 suggesties gedaan voor richtingen: 1) nieuwe materialen en ambachten, 2) ethische mode, 3) culturele ruimtes, 4) creatieve producties en expressie en 5) grootstedelijke cultuur. Daarnaast hebben we suggesties gedaan voor verschillende investeringsvormen die passen bij de behoeftes van de doelgroepen zoals participaties in creatieve ventures, investeringen in cultureel vastgoed en voorfinanciering en revenue based finance voor de ontwikkeling van impactvolle cultuurproducties.

We adviseren om een impact fonds op te zetten dat investeert met risicodragend kapitaal in creatieve ondernemingen, maar wij adviseren ook om dit eventueel te combineren met investeringen in culturele panden. Het vastgoed kan onderdeel zijn van een equity-investeringsfonds, bijvoorbeeld als onderdeel van de assets van het fonds. Een mogelijkheid is om een maximaal percentage van bijvoorbeeld 20% van de assets te investeren in cultureel vastgoed, met als doel culturele plekken te behouden als gemeenschappelijke en toegankelijke ruimtes, en in eigendom van de community.

Wij adviseren om als thematische focus van het fonds te kiezen voor een *Place-Based Fonds voor Urban Culture* en dit te combineren met cultureel vastgoed en grote impact-cultuurproducties zoals films, voorstellingen en tentoonstellingen. De thematische focus van Urban Culture richt zich op culturele ondernemers die samenwerken aan de stad van morgen. Denk aan mode-merken, straat- en nachtcultuur, festivals, diasporische stads cultuur, muziekfestivals, en record labels, maar ook aan vrijhavens en panden aan de rafelranden van de stad. Een place-based fonds werkt aan de stad van de toekomst vanuit verbeelding, gemeenschap, trans lokaliteit en impact.

Qua geografische regio stellen wij voor om te richten op Europa met focus op een aantal stedelijke gebieden met vergelijkbare typologie en multicultureel karakter zoals Amsterdam, Hamburg, Milaan en Marseille. Ook adviseren wij om specifiek te kijken naar diasporische stads cultuur en ventures die translokaal opereren (super lokaal geworteld maar in verbinding met wereldwijde culturele uitingsvormen) Een voorbeeld hiervan kunnen ook creatieve ventures zijn die actief zijn in het Caribisch Nederland. Wij stellen voor om te beginnen bij steden in Nederland (indusief de eilanden) en daarna uit te breiden naar andere steden in Europa, te beginnen bij België, Duitsland, Italië, Spanje, Denemarken en Frankrijk en zo de dealflow te vergroten.

Qua fondsstructuur is onze voorkeur om niet te werken met een traditionele gesloten termijn, snelle groei opzet maar om een geduldig fonds op te zetten met een langere looptijd (patient capital). Op deze manier kan gezamenlijk met de ondernemers het beste groeipad worden bepaald. Daarnaast adviseren we om een fonds op te zetten met een mix aan financiële producten aan de sector. Er kan worden gedacht aan een combinatie van equity, leningen maar zeker ook grants.

We adviseren een fonds met een hybride setup, waarbij een front-end team wordt samengesteld vanuit experts uit de sector met een back-end team van een bestaande en ervaren fondsmanager voor de verantwoording, administratie en investor relations. Voor deze hybride opstelling adviseren wij om samen te werken met het Creatieve team binnen DOEN, vanwege haar grondige sectorkennis. Als dit niet mogelijk is, adviseren wij om met bestaande partijen uit de culturele sector in Nederland of Europa te werken, zoals het Cultuurfonds, European Culture Foundation of Moleskine Foundation. Zoals eerder beschreven, is het essentieel dat het fonds samenwerkt met een bestaande partij die over grondige sectorkennis beschikt in Europa.

Ook adviseren we om een steward-ownership model te overwegen en toetsen waarbij investeerders een aandeel in het bedrijf of een pand ontvangen maar waar (in ieder geval een deel van) de zeggenschap bij de community ligt. Daarnaast is het essentieel dat kernpersonen uit de doelgroep vanaf het begin betrokken worden bij de opzet van het fonds en zeggenschap krijgen. Ook zien we diversiteit en inclusie als een vanzelfsprekend onderdeel van het fonds en geen bijproduct. En wij adviseren om een stevige non-financial support facility op te zetten.

Tot slot adviseren wij om het fonds nadrukkelijk complementair te maken aan het bestaande financieringslandschap voor de culturele en creatieve sector, zoals beschreven in dit rapport. Het fonds zal zich richten op een niche waar cultuur, impact en de creatieve sector elkaar vinden en zich richten op culturele ondernemers met verdienmodel en de behoefte om de eigen vermogenspositie te versterken. Op die manier denken wij dat we extra kapitaal richting de sector kunnen bewegen.

Colofon

Dit haalbaarheidsonderzoek is gedaan door Martijn Blom en Arthur Steiner in opdracht van DOEN Participaties. Martijn Blom (<https://www.linkedin.com/in/martijnblomdroomzaken/>) houdt zich bezig met het ontwerp, de structurering en advisering van impactfondsen, zowel op het gebied van market building bij Impact Europe (<https://www.impacteurope.net/stream/market-building>) als direct voor uiteenlopende organisaties en initiatieven. Zijn doel is om in 2030 ten minste 100 fondsen te promoten via 100funds. Arthur Steiner (<https://www.linkedin.com/in/aasteiner/>), is kunsthistoricus en mede oprichter van New Silk Roads (<https://newsilkroads.com/>) en werkt als onderzoeker, curator en strategisch adviseur voor impactgedreven culturele organisaties.

Met speciale dank aan DOEN Participaties voor het vertrouwen, DOEN Cultuur team voor hun input en betrokkenheid en bovenal Merijn Ten Thije en Mirjam Niessen voor de prettige samenwerking. Daarnaast willen we Zineb Seghrouchni bedanken voor de waardevolle bijdrage en inspirerende sessies.

Verder veel dank aan volgende mensen voor hun waardevolle bijdragen tijdens de interviews:

Adama Sanneh, Alexander Ramselaar, Aniela Hoitink, Barbera Wolfensberger, Bart Ashman, Caroline Woolard, Chiara Crozzoli, Christien Meindertsma, Cyril Gouiffes, David Dixon, Didier Lebon, Emma van der Leest, Ermi van Oers, Felix Guttmann, Florian Schneider, Florencia Giulio, Francesca Sanderson, Frederik Duerinck, Gerrit-Jan van 't Veen, Hans Stegeman, Isabelle Schwartz, Joachim Fleury, Evert Faber van der Meulen, Joep van Gorp, Jon Heemsbergen, Joost Beunderman, Joost Vervoort, Joshua Kauffman, Laura Callanan, Leendert van Driel, Lisa Wolters, Lisanne Bedaux, Marcus Desando, Marjolein Cremer, Martin van Engel, Martijn Paulen, Mi You, Mirjam Hament, Moktar Nabil, Nicolay Boyadjiev, Nicoletta Tranquillo, Pauline van Dongen, Peter Kirkhoff Eriksen, Richard van der Laken, Sanaz Amidi, Simon Dogger, Tamar Gutmann, Timothy Sabayo, Ugo Bacchella, Violet Broersma, Ward Wolff, Youssef Louakili, Zineb Seghrouchni.

Vormgeving en Website: Janine Zielman
DOEN Participaties 2024 - 2025

