



## Ketentafel Cultuur MarCom krijgt de handen op elkaar voor een manifest

### “ Huidige stand van zaken

Om de culturele en creatieve sector te ondersteunen, zijn er verschillende initiatieven gestart: een arbeidsmarktagenda met het gedachtegoed werk moet lonen, een leven lang ontwikkelen met financiële middelen voor permanente professionele ontwikkeling en beloning van werk en projecten waarbij aandacht uitgaat naar flexibel werk en verkapte loondiensten. Daarom is het goed om binnen de sector ook marketing en communicatie te herwaarderen. Waar gaat het om? Wie betreft het? Wat willen we met marketing en communicatie? Zo wordt vanuit de ketentafel Cultuur Marketing en Communicatie een manifest en whitepaper opgesteld om de waarde van Cultuur MarCom helder te maken. Er is door de ketentafel op 20 april een plan met zeven waardepunten goedgekeurd. Aanvullend op dit manifest stelt de ketentafel een whitepaper op, waarin de professionals middels voorbeelden en quotes zullen vertellen over de waarde van marketing en communicatie in de culturele sector.

Ook de opzet van een te maken tarievenrichtlijn komt uitgebreid aan bod. Er is door Martijn Arnoldus van Social Finance Matters een inventarisatie gedaan naar de verschillende functies, rollen en beloningen van cultuurmarketing- en communicatiemedewerkers binnen een culturele organisatie of opdracht. Hierbij kan volgens de ketentafel ook een vergelijking met enkele vergelijkbare sectoren van belang zijn.





## “ Vooruitblik

Voorts staan diverse actuele documenten over fair pay en marketing in de cultuur als mededeling op de agenda. Een voorbeeld hiervan is het artikel 'Toegang tot cultuureducatie mag niet afhangen van goede marketing' van Jan Jaap Knol voor het LKCA. Naar aanleiding van dit artikel is discussie ontstaan over de inzet van marketing en communicatie in de culturele en creatieve sector. De sector levert vaak een kant-en-klaar product en trekt vervolgens een marketing- en communicatiemedewerker aan om daar klanten bij te zoeken. De cultuurmarketing- en communicatiemedewerkers willen echter veel eerder in het proces betrokken worden. Dit werd ook al duidelijk op de online 'Freelance Talk: op weg naar richtlijn-tarieven' op 17 april van de ketentafelwerkgroep 'Voorlichting', Cultuurmarketing en Platform ACCT. Gelet op de Freelance Talk zal in het manifest aandacht worden besteed aan wat marketing en communicatie daadwerkelijk is. In het verlengde hiervan is het van belang om in gesprek te gaan met de fondsen, organisaties en gemeenten die straks aan de slag gaan met de nieuwe cultuurplannen 2025-2028, inclusief de beleidsmatige en financiële voorwaarden voor (subsidie-)aanvragen. Daarin kan volgens de ketentafel een meer prominente rol worden weggelegd voor marketing en communicatie.

De volgende bijeenkomst van de ketentafel is gepland op dinsdag 13 juni 2023.