BESLISKAART: IS HET VERSTANDIG MIJN CULTUREEL AANBOD NU GRATIS ONLINE TE ZETTEN?

JA

SOORT ARGUMENT	OVERTUIGING	TOELICHTING	WANT
WAARDE-ARGUMENT	Ik wil geen geld vragen voor een product dat niet mijn 'echte' artistieke werk vertegenwoordigt. Het zou ook mijn reputatie kunnen schaden.	'Online' is niet mijn echte artistieke product, maar een surrogaat of een geste.	Gratis online aanbod is voor mij een noodoplossing en van tijdelijke aard. Dit heeft voor mij nauwelijks waarde.
ZICHTBAARHEIDS-ARGUMENT	Zonder publiek ben ik nergens. Dan heb ik als kunstenaar, creatieve maker of organisatie geen waarde meer, en zijn mijn investeringen voor niets geweest.	Ik ben bang mijn publiek voorgoed kwijt te raken.	Ik moet als kunstenaar, creatieve maker of organisatie zichtbaar blijven voor mijn publiek, anders raak ik uit beeld en uit het systeem van mensen.
MARKETING-ARGUMENT	Een deel van mijn publiek gaat nu afhaken. Dan ben ik blij met nieuw publiek.	Ik vind het belangrijk juist nu nieuwe doelgroepen en een groter bereik na te streven.	Met 'gratis' trek ik nieuwe doelgroepen.
MAATSCHAPPELIJK ARGUMENT	Ik moet doorgaan - hoe dan ook.	Mijn werk wordt mogelijk gemaakt met publiek geld.	Ik wil als kunstenaar, creatieve maker of organisatie mijn maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen.
CULTUUR-ARGUMENT	Ik moet en wil die rol voor zoveel mogelijk mensen oppakken.	Ik heb als kunstenaar, creatieve maker of organisatie ook een troostende, esthetische, duidende of verstrooiende rol.	
FINANCIEEL ARGUMENT	Het heeft geen zin om als enige aanbieder geld te vragen.		Iedereen doet het.
PRAGMATISCH ARGUMENT	Digitale verdienmodellen zijn lastig en complex. Het kost alleen maar tijd en geld.	De noodzaak ontbrak tot dusver om aan de slag te gaan met digitale verdienmodellen.	Ik heb te weinig expertise in huis en te weinig ervaring met betaald online aanbieden.

NEE

SOORT ARGUMENT	OVERTUIGING	TOELICHTING	WANT
WAARDE-ARGUMENT	'Gratis' heeft geen waarde.	'Gratis' haalt de waarde van mijn werk en de beleving ervan omlaag.	Met gratis aanbod doe ik de waarde van mijn werk geen recht.
CONTINUÏTEITS-ARGUMENT	Bij gratis aanbod is er geen weg meer terug. Ik heb het in feite 'weggegeven'.	'Gratis' staat haaks op de noodzaak inkomsten te verwerven.	'Gratis' is geen duurzaam verdienmodel.
EDUCATIEF ARGUMENT	Cultuur hoort niet gratis te zijn.	Ik moet de mensen op cultuurgebied ook een beetje 'opvoeden'. 'Cultuur = gratis' hoort daar niet bij.	Mensen leren dat cultuur gratis is, is geen goede les.
PROFESSIONALITEITS-ARGUMENT	Als kunstenaar / creatieve maker ben ik een professional, als culturele organisatie een professionele onderneming. Daarvoor mag betaald worden.	Met gratis aanbod kan ik de indruk wekken geen beroepskunstenaar, professionele maker of professionele organisatie te zijn.	Met gratis aanbod doe ik mezelf als cultureel ondernemer of mijn organisatie als culturele onderneming te kort.
ONDERNEMERS-ARGUMENT	Als kunstenaar / creatieve maker ben ik óók ondernemer en de culturele organisatie is een onderneming. Daar hoort een business-model bij.	Geen enkele ondernemer zet zijn koopwaar nu gratis online. Waarom zou een kunstenaar, creatieve maker of een culturele organisatie dat dan wel moeten doen.	
VERDIEN-ARGUMENT	Zonder inkomsten is het snel afgelopen met mijn beroepspraktijk of met mijn organisatie.		Ik moet geld verdienen om te kunnen leven.
GEDRAGS-ARGUMENT	Publiek dat bereid is voor online cultuur te betalen, mag zich niet bekocht voelen.	Mensen die het goede voorbeeld geven, zet ik met 'gratis' feitelijk in hun hemd.	Met gratis aanbod doe ik publiek te kort dat gewend is voor online cultuur te betalen.

CULTUUR+ONDERNEMEN

Dit project is mede mogelijk gemaakt door het Europees Sociaal Fonds van de Europese Unie