

CREATIEVE PROFESSIONALS: SCHAT JEZELF NAAR WAARDE

De laatste dagen raast een nieuwe storm door de media: de discussie over de waardering van creatief werk, en hoe er een correcte prijs op te plakken.

Bij Piazza werken we met freelance kunstenaars, en het probleem is hen niet vreemd. Piazza boekt hen per project, voor de overige dagen zijn ze op andere werkgevers aangewezen. Van je kunst kunnen leven, draait om constant jezelf en je werk verkopen. Het brengt onzekerheid mee. Het vraagt veel doorzettingsvermogen, flexibiliteit en commercieel inzicht. En toch vinden andere mensen het vaak vanzelfsprekend dat kunstenaars en bij uitbreiding professionals in de creatieve sector hun diensten gratis uitvoeren. Het is toch je hobby, nietwaar? Alsof er enkel voor diensten betaald moet worden als het met tegenzin wordt gedaan.

Iedereen kent wel via-via zo'n creatieveling. Zo iemand die je wel even kan vragen gratis een geboortekaartje te tekenen, of foto's te nemen van je huwelijk, of iemand die een goede tekst kan schrijven voor op je website. Er is niks mis met een vriendendienst vragen, maar creatieve mensen worden er wel heel vaak op aangesproken.

Mensen hebben vaak geen besef van de jaren studie en oefening die eraan vooraf gaan om uiteindelijk een professioneel niveau te halen. Vaak wordt alles afgedaan als "talent". Natuurlijk, aanleg helpt je op weg, maar ook niet meer dan dat. Aanleg voor talen is geen garantie dat je een fantastische tolk wordt, aanleg voor wetenschappen maakt je niet vanzelf een ingenieur. Daar kruipt veel tijd, studie en oefening in. Voor creatieve beroepen is dat niet anders.

Creatieve mensen gaan vaak ook zelf in de fout. Amateurs (als in "niet professioneel") voeren vaak gratis vriendendiensten uit, uit liefhebberij en om iemand verder te helpen. Probeer daar als professional maar eens mee te concurreren. De omschakeling van amateur naar professional wordt hierdoor ook bemoeilijkt. Je allereerste "klanten" haken af: "Vorig jaar deed je dat nog gratis?"

Om de maatschappij zover te krijgen dat creatief werk als echt werk wordt beschouwd, moeten we misschien bij onszelf beginnen. Amateurs: schat jezelf naar waarde, anderen gaan het niet voor jou doen. Durf geld vragen voor je prestatie. Kweek ondernemingszin (zelfs al lijkt dat niet compatibel met je creatieve kant). En als klant: voorzie een budget voor je creatieve noden. Creatieve professionals maken jouw uithangbord: je logo, de tekst op je website, het unieke beeldmateriaal van jouw speciale dag. De kers op de taart. Laat het geen zure zijn.